

Neumarkter
Lammsbräu



Nachhaltigkeit als Kern

Nachhaltigkeitsbericht 2017

Vorwort

In Jahr ist seit unserem letzten Nachhaltigkeitsbericht von 2016 vergangen – in dieser Zeit ist viel passiert. Und obwohl Nachhaltigkeit bei der Neumarkter Lammsbräu bereits seit Jahrzehnten gelebte Praxis ist, begeben wir uns mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht wieder einmal auf neues Terrain: Für das Jahr 2017 berichten wir erstmals nach der weltweit anerkannten Global Reporting Initiative (kurz: GRI4-Standard „Kern“).

Die Auseinandersetzung mit dem GRI4-Standard gab uns die Möglichkeit, uns intensiv mit unseren Stakeholdern und deren Bedürfnissen zu beschäftigen und daraus auch die wesentlichen Themen für die Neumarkter Lammsbräu abzuleiten. Diese Themen stellen wir Ihnen am Ende des ersten Kapitels grafisch aufbereitet vor. Selbstverständlich bleiben uns die EMAS-Kriterien auch bei der GRI-Berichterstattung erhalten: Sie sind im Text integriert und im Inhaltsverzeichnis für den Leser gekennzeichnet – der vorliegende Bericht verbindet somit zwei Standards. In den Zwischenjahren des geplanten zweijährigen GRI-Berichtszyklus wird es weiterhin Berichte nach EMAS geben.

Auch unsere Klimabilanz haben wir weiter verbessert: Durch die Modernisierung unserer Energiezentrale können wir fast vollständig auf Heizöl verzichten. Vieles mehr können Sie dem vorliegenden Bericht entnehmen.

2018 möchten wir das Stakeholdermanagement weiter ausbauen und Maßnahmen unserer Klimaschutzstrategie konsequent umsetzen.

2017 haben wir erneut große Fortschritte gemacht und einen wichtigen Meilenstein erreicht: Wir haben eine Liefergemeinschaft für Bio-Rübenzucker aus der Region gegründet. Das ist ein großartiger Erfolg, der an unser Erfolgskonzept EZÖB anknüpft und unsere beliebten now-Limonaden mit heimischem Zucker versüßt.

In Sachen Wasserschutz gehen wir in diesem Jahr einen außergewöhnlichen Schritt: Um unsere wichtigste Ressource langfristig zu erhalten, beantragen wir die Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebiets – das ist in Deutschland bislang einmalig!

Denn für unseren stetig wachsenden Getränkeausstoß brauchen wir als wichtigste Grundlage Wasser in bester Qualität. Darüber hinaus halten wir es für existenziell wichtig, unsere kostbarste Ressource zu schützen. Unser Unternehmen ist an Werten orientiert. Das zeigt sich in unserer täglichen Arbeit ebenso wie bei allen großen Projekten, die wir anstoßen. Dass unser Engagement erkannt und regelmäßig mit Auszeichnungen gewürdigt wird, erfüllt uns mit Stolz.

Es ermuntert uns außerdem, unseren Weg mit Begeisterung und Tatkraft weiterzugehen.

Der aktuelle Nachhaltigkeitsbericht verdeutlicht, welche Schritte wir bis jetzt gegangen sind und welche noch vor uns liegen.



Susanne Horn

Susanne Horn
GESCHÄFTSLEITUNG
DER NEUMARKTER LAMMSBRÄU

Hinweis zur Sprachregelung:
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt. Selbstverständlich sind immer Personen jeden Geschlechts gemeint.

🍷 Vorwort

1. Unternehmen

- 🍷* 1.1 Die Neumarkter Lammsbräu
- 🍷* 1.2 Grundprinzipien: Nachhaltigkeit & Unabhängigkeit
 - 🍷* .1 Unternehmenspolitik – Nachhaltigkeit als Richtschnur täglichen Handelns
 - 🍷* .2 Erfolgreich wirtschaften
 - 🍷* .3 Unabhängigkeit sichern
 - 🍷* .4 Kernwerte
 - 🍷* .5 Führen und Managen mit System und Struktur
- 🍷* 1.3 Stakeholder und wesentliche Themen
 - 🍷* .1 Stakeholder
 - 🍷* .2 Wesentlichkeitsanalyse

2. Produkte

- 🍷* 2.1 Unsere Marke(n)
- 🍷* 2.2 Unsere Produkte
- 🍷* 2.3 Das gesamte Bio-Sortiment und Neuprodukte 2017
- 🍷* 2.4 Produktqualität und Sicherheit
 - 🍷* .1 100 % Bio & so regional wie möglich
 - 🍷* .2 Umweltfreundliche Rohstoffbeschaffung
 - 🍷* .3 Die Bio-Siegel
- 🍷* 2.5 „Bio Mineralwasser“ – die Basis aller Produkte
- 🍷* 2.6 Der Kunde – einer der wichtigsten Partner

3. Verantwortung

- 🍷* 3.1 Global denken – regional handeln
- 🍷* 3.2 Förderung des ökologischen Landbaus
- 🍷* 3.3 Engagement für Bio-Standards
- 🍷* 3.4 Klimaschutzstrategie
 - 🍷* .1 CO₂e reduzieren
 - 🍷* .2 CO₂e kompensieren, um Klimaneutralität zu erreichen
- 🍷* 3.5 Naturschutz-Projekte der Neumarkter Lammsbräu
- 🍷* 3.6 Für die Region
- 🍷* 3.7 Gemeinsam stärker: Netzwerke und Partnerschaften

4. Mitarbeiter & Führung

- 🍷* 4.1 Die Mitarbeiter als Herzstück der Brauerei
- 🍷* 4.2 Führungsstil der Neumarkter Lammsbräu
- 🍷* 4.3 Das Leben in der Lammsbräu-Familie
- 🍷* 4.4 Attraktiver Arbeitgeber
- 🍷* 4.5 Der demographische Wandel
- 🍷* 4.6 Bildung macht den Meister: Aus- und Weiterbildung
- 🍷* 4.7 Die Neumarkter Lammsbräu als regionaler Arbeitgeber

5. Lieferkette

- 🍷* 5.1 Lieferketten und nachhaltige Beschaffung
- 🍷* 5.2 Langfristige Partnerschaften auf Augenhöhe
- 🍷* 5.3 Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette
 - 🍷* .1 Verhaltenskodex (Code of Conduct) für Lieferanten
 - 🍷* .2 Lieferantenbewertung und -auditierung
 - 🍷* .3 Verbandszertifizierung der Rohstoffe
- 🍷* 5.4 Regional & partnerschaftlich – die Rohstofflieferkette der Bio-Biere
- 🍷* 5.5 Zukünftig verbandszertifiziert – die Rohstofflieferkette der Bio-Limonaden

6. Unsere Produktion

- 🍷* 6.1 Mit kontinuierlicher Verbesserung hin zu einer noch umweltfreundlicheren Produktion
- 🍷* 6.2 Alles im Fluss – die Stoffströme der Brauerei
- 🍷* 6.3 EMAS-Kernindikatoren wesentlicher Umweltthemen
 - 🍷* .1 Rohstoffe und Materialien
 - 🍷* .2 Wasser
 - 🍷* .3 Energie
 - 🍷* .4 Abfälle und Recycling
 - 🍷* .5 Emissionen
 - 🍷* .6 Biodiversität

7. Ziele der Nachhaltigkeit

- 🍷* 7.1 Ökologische Ziele
- 🍷* 7.2 Soziale Ziele
- 🍷* 7.3 Ökonomische Ziele

Anhang

- 1. Verwendete Abkürzungen und Begriffe
- 2. Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen
- 3. Tabellen
- 4. GRI Index
- 🍷* 5. EMAS-Urkunde



🍷 = EMAS relevant

DE-166-00005

KAPITEL

1

Unternehmen

ZIELE &
MASSNAHMEN

PRODUKTION

LIEFERKETTE

MITARBEITER &
FÜHRUNG

VERANTWORTUNG

PRODUKTE

UNTERNEHMEN

Unser Unternehmen

ÜBERBLICK

100%

zertifizierte
ökologische Zutaten



Unsere Wurzeln

Ökologisch engagiert
Leidenschaft fürs Produkt

Fürsorglich
Richtungsweisend
Konsequent
Ursprünglich
Ganzheitlich



137

Mitarbeiter



24,1

Mio. Euro Umsatz

Bier

94.168 hl

und

122.470 hl

alkoholfreie Getränke

1628

erste urkundliche
Erwähnung



Auszeichnungen

- ✓ Gewinner deutscher CSR-Preis in der Kategorie „Biodiversitätsmanagement zum Erhalt der weltweiten biologischen Vielfalt“
- ✓ Gewinner Felix-Burda-Award in der Kategorie „Betriebliche Prävention“

1.1

Die Neumarkter Lammsbräu

Zahlen, Daten & Fakten

Die Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG ist ein familiengeführtes, mittelständisches Unternehmen. Die Produktion findet ausschließlich am Sitz des Unternehmens in Neumarkt i. d. Oberpfalz statt. Der Standort ist damit auch Bezugspunkt des vorliegenden Berichts.

Eckpunkte der Unternehmenshistorie:

1628: Brauerei und Gasthof „Zum Goldenen Lamm“ werden urkundlich erstmals erwähnt.

Seit 1800: Die Brauerei steht im Eigentum der Familie Ehrnsperger.

1971: Michael Ehrnsperger übergibt das Unternehmen an seinen Sohn Franz. Unter seiner Führung entwickelt sich das Unternehmen seit den 80er Jahren zu einem der wichtigsten Pioniere der ökologischen Lebensmittelwirtschaft.

Heute: Das Unternehmen ist der größte 100% Bio-Bier-Produzent Deutschlands. Demnächst wird mit Johannes Ehrnsperger die 7. Generation der Familie den nachhaltigen Kurs der Neumarkter Lammsbräu als unabhängiges Familienunternehmen in die Zukunft führen.

2017

Größter 100% Bio-Bier-Hersteller Deutschlands



Abb. 1.1: Eckpunkte der Unternehmenshistorie

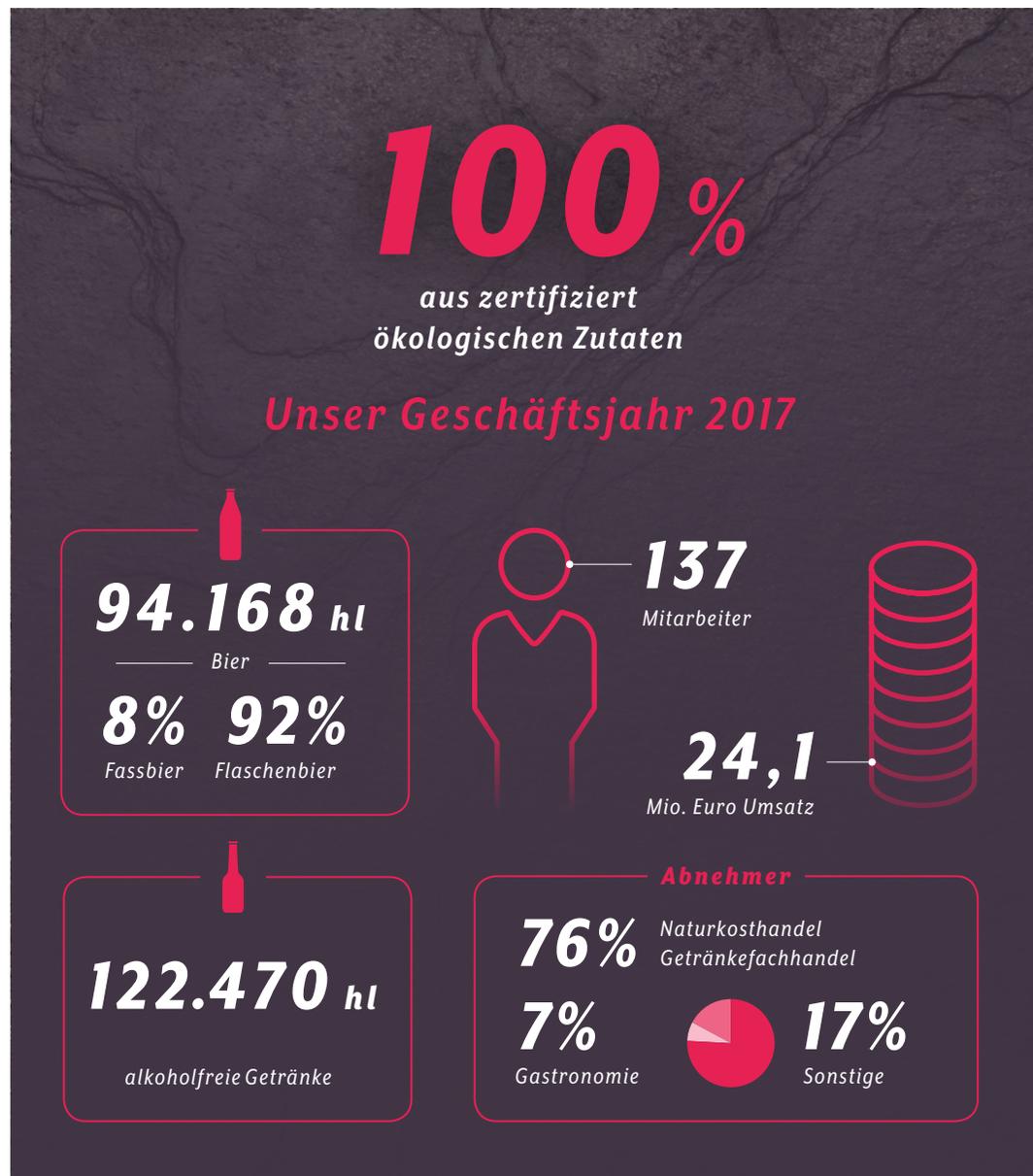


Abb. 1.2: Zahlen, Daten und Fakten zum Geschäftsjahr 2017

Branche: Brauerei und Mälzerei, Mineralbrunnen

Produkte: Bio-Biere, Bio-Limonaden, Bio- [Mineralwasser](#): aus 100 % zertifizierten ökologischen [Zutaten](#)

Mehr zu den Produkten in Kapitel 2: [Seite 28 ff.](#)

Inhaber: Dr. Franz Ehrnsperger, Johannes Ehrnsperger

Geschäftsleitung: Susanne Horn

Mitarbeiter (Stand: 31.12.2017): 137

Umsatz (Geschäftsjahr 2017): 24,1 Mio. Euro

Jahresausstoß 2017: 94.168 hl Bier zuzüglich 122.470 hl alkoholfreie Getränke (Gesamtausstoß inkl. Handelsware)

Anteil Fass-/Flaschenbier: 8%/92 %

Absatzgebiete: Direktbelieferung innerhalb eines Umkreises von ca. 100 km in der Region Oberpfalz/Mittelfranken. Deutschlandweit sind die Bio-Getränke der Neumarkter Lammsbräu vor allem über den Naturkosthandel und gut sortierten Getränkeshandel erhältlich. Der Exportanteil der Bio-Getränke beträgt 4 %. Es wird ausschließlich innerhalb Europas exportiert: Italien, Frankreich, Schweden, Niederlande, Belgien, Lichtenstein, Spanien, Österreich, Polen, Portugal, Norwegen und Schweiz.

Abnehmer: 7 % Gastronomie, 76 % Naturkosthandel/Getränkeshandel, 17 % Sonstige, z.B. Betriebskantinen, Heimdienste (Werte bezogen auf deutschen Markt)

Im Berichtszeitraum sind keine relevanten Veränderungen bezüglich der Geschäftstätigkeit oder Inhaberstruktur zu verzeichnen.

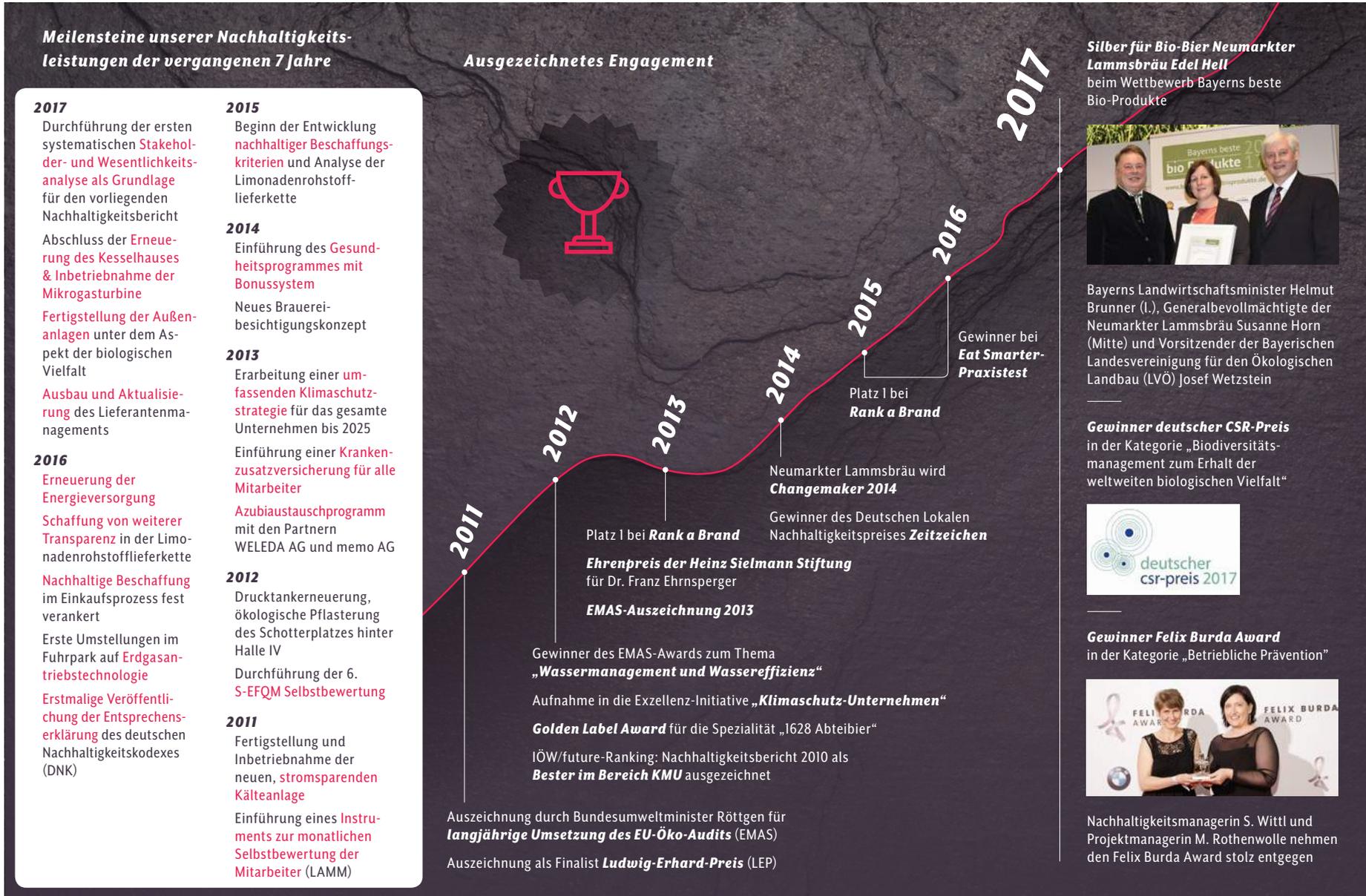


Abb. 1.3: Meilensteine unserer Nachhaltigkeitsleistungen und Auszeichnungen der letzten Jahre

1.2

Die Grundprinzipien: Unabhängigkeit & Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit – für manche ein aktueller Megatrend, für die Neumarkter Lammsbräu fester und gelebter Bestandteil der Unternehmenstradition. Langfristiges Denken und Handeln bilden seit jeher das Fundament des Unternehmens. Seit 1977 setzt der familiengeführte Mittelständler zudem auf konsequenten Natur- und Umweltschutz. Untrennbar damit verknüpft ist die unternehmerische Unabhängigkeit der Neumarkter Lammsbräu. Denn nur so können die Unternehmensgewinne konsequent entsprechend der nachhaltigen Prinzipien der Inhaberkategorie erwirtschaftet und eingesetzt werden.

Unabhängigkeit sichert sich die Neumarkter Lammsbräu beispielsweise durch eine definierte Eigenkapitalquote, den Ausbau der regionalen Erzeugergemeinschaft im Bereich der Braurohstoffe sowie die gezielte Zusammenarbeit mit gemeinwohlorientierten sowie regional und kommunal verbundenen Banken.

Die Unabhängigkeit und nachhaltige Ausrichtung ist außerdem bei der Neumarkter Lammsbräu die Basis für die mittel- und langfristige Strategie, die im Jahr 2017 komplett überarbeitet und noch klarer als zuvor auf die einzelnen prozessübergreifenden Jahresziele heruntergebrochen wurde (siehe Abb. 1.4). Diese sehr strukturierte und systematische Arbeitsweise zeichnet das Haus Neumarkter Lammsbräu aus.

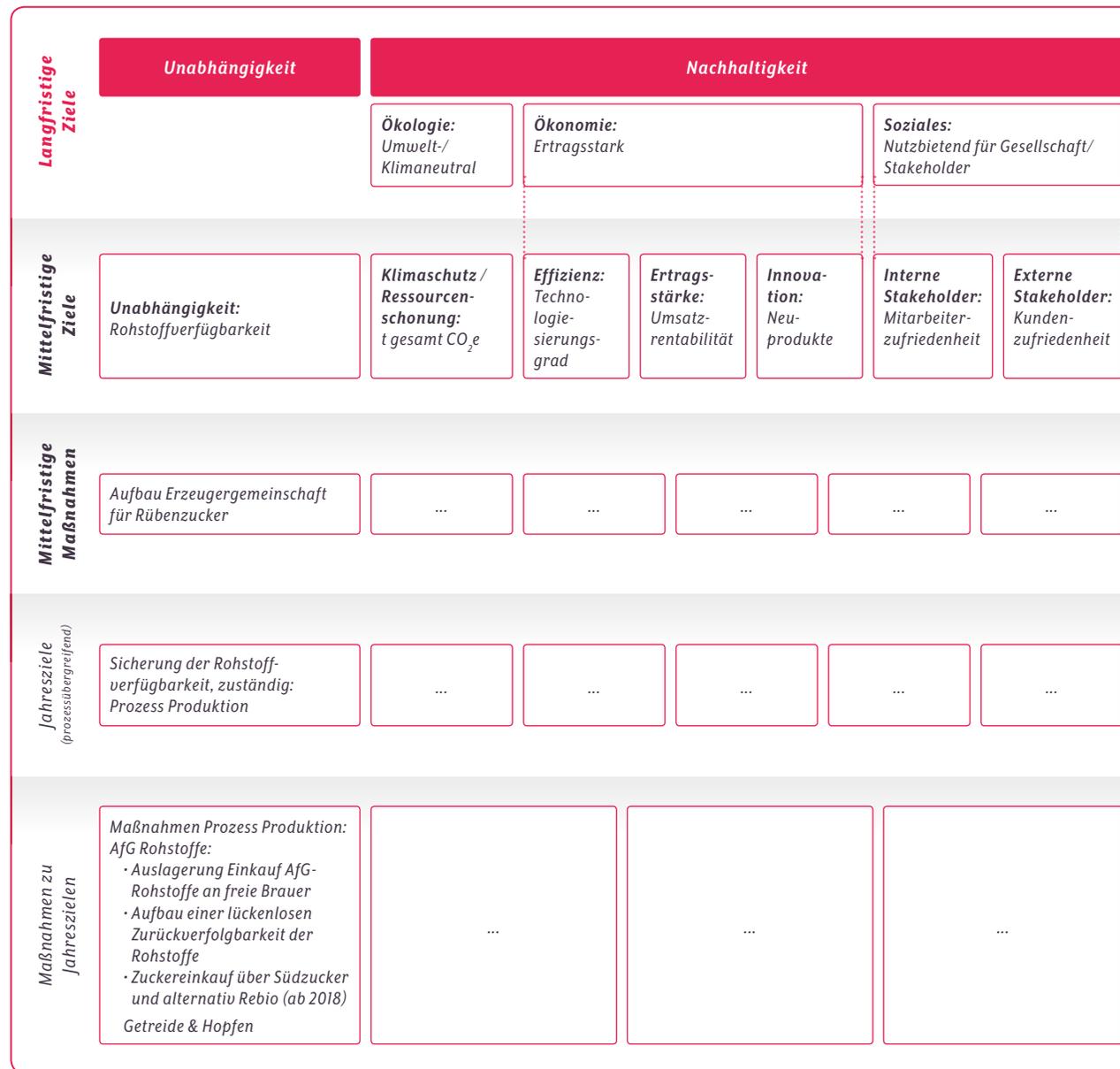


Abb. 1.4: Systematischer Aufbau der lang-, mittel- und kurzfristigen Zielestruktur mit Maßnahmen bei der Neumarkter Lammsbräu

Als mittelfristiges Ziel im Bereich Unabhängigkeit steht, wie die [Abbildung 1.2](#) zeigt, bspw. das Thema Sicherung der Rohstoffverfügbarkeit. Denn ohne Rohstoffe (inkl. Wasser) kann der Bio-Getränkehersteller nicht seinem Kerngeschäft nachkommen. Mittelfristig zahlt auf dieses Ziel beispielsweise der Aufbau einer Erzeugergemeinschaft für Rübenzucker ein ([siehe Kap. 5](#)). Als Jahresziel ist das Thema Rohstoffverfügbarkeit im Prozessbereich „Produktion“ angesiedelt und verfolgt konkrete Maßnahmen wie die Stärkung der Zusammenarbeit mit den EZÖB-Landwirten oder die Abwicklung des Zuckereinkaufes über Südzucker und zukünftig über ReBio (regionale Bioland-Erzeugergemeinschaft).

Eine Evaluierung der umgesetzten Maßnahmen und erreichten Ziele findet an den jährlichen Strategietagen statt, an denen die Zielerreichung seitens der Prozessverantwortlichen und der Geschäftsleitung vorgestellt wird. Bei nicht erreichten Zielen werden mögliche Gründe der Nichterreicherung eruiert und über den weiteren Umgang mit den Maßnahmen zur Zielerreichung entschieden.

1.2.1

Unternehmenspolitik – Nachhaltigkeit als Richtschnur täglichen Handelns

Nachhaltigkeit ist offiziell als Unternehmensziel festgelegt, dem sich Inhaber und Geschäftsführung fest verpflichten. Das werteorientierte, ganzheitliche Unternehmenskonzept der Neumarkter Lammsbräu geht deshalb über eine reguläre „reine“ Umweltpolitik hinaus und besteht aus zehn fest in der Unternehmensphilosophie verankerten Grundsätzen, nach denen sich die Brauerei in ihrem täglichen Handeln richtet. Sie wurden von der Geschäftsleitung und den Führungskräften verabschiedet. Das Nachhaltigkeitsmanagement aktualisiert diese Leitlinien regelmäßig in Abstimmung mit der Geschäftsleitung.

① Die Neumarkter Lammsbräu versteht sich als Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems

Aus diesem Verständnis heraus nehmen wir eine ganzheitliche, übergeordnete unternehmerische Verantwortung wahr, die sich in all unseren Aktivitäten manifestiert. Unser Unternehmen setzt sich über den eigenen betrieblichen Umweltschutz und die Herstellung biologischer Lebensmittel hinaus für die Schaffung intakter, ökologisch und sozial nachhaltiger Lebensräume ein. Gesellschaftlich nimmt die Brauerei Einfluss, indem sie u.a. jährlich den Nachhaltigkeitspreis an besonders herausragende, nachhaltige Projekte engagierter Persönlichkeiten vergibt und diese in ihrer Arbeit finanziell und ideell fördert.

② Gesetzliche Anforderungen

Die Geschäftsleitung verpflichtet sich über die Einhaltung der bestehenden Gesetze und Vorschriften hinaus, die betriebliche Umweltleistung eigenverantwortlich und kontinuierlich zu verbessern und Umweltbelastungen zu vermeiden. Die Weiterentwicklung des betrieblichen Umweltschutzes ist von Visionen und neuen Problemlösungen geprägt.

③ Nachhaltiger Umweltschutz

Betrieblicher Umweltschutz steht bei uns an erster Stelle und wird langfristig und systematisch im operativen Geschehen umgesetzt. Unsere obersten Umweltziele sind die Minimierung von Umweltschwachstellen bei allen bestehenden und zukünftigen betrieblichen Aktivitäten sowie der schonende Umgang mit den verwendeten Ressourcen. Der Kreislaufgedanke der Natur spiegelt sich in unserem Wirtschaften wider. Wir fördern und bevorzugen die Nutzung nachwachsender (regenerativer) Stoffe, führen Reststoffe, wo es möglich ist, zurück in den Kreislauf, achten bei der Materialbeschaffung auf ökologische Standards und füllen in Mehrwegflaschen ab. Wir bewerten wesentliche

Umweltaspekte (z.B. Emissionen, Energieverbrauch, Abfälle) und berücksichtigen sowohl die direkten als auch die indirekten ökologischen Auswirkungen unserer Tätigkeiten und steuern diese kontinuierlich mit Hilfe eines ganzheitlichen Controlling-Systems. Die Bewertung der CO₂e-Emissionen erfolgt anhand der Vorgaben unserer Klimastrategie bis zum Jahr 2025: Sie gibt uns vor, etwa 11.500 Tonnen CO₂e einzusparen (Basisjahr 2012). Betroffen sind die Bereiche der technischen Optimierung der Produktionsabläufe und Logistik, der Energieerzeugung und -effizienz, des Gebäudemanagements sowie des weiteren Ausbaus der regionalen Rohstoffbeschaffung ([Näheres in Kap. 5](#)).

④ Biologische Rohstoffe für unsere Produkte

Wir verwenden zur Herstellung all unserer Produkte zu 100% biologische Rohstoffe von biozertifizierten Lieferanten. Wir nehmen Einfluss auf die Kultivierung unserer Braurohstoffe und fördern aktiv den ökologischen Landbau mit überdurchschnittlichem Engagement. Durch die Vermeidung des Eintrags von künstlichen Mineraldüngern, chemischen Pflanzenschutz- und Unkrautvertilgungsmitteln, gentechnisch veränderten Organismen sowie der selektiven Umsetzung von Kulturlandplänen bei unseren regional ansässigen Landwirten erhalten wir fruchtbare Böden, fördern den Humusaufbau und damit die C-Sequestrierung im Boden, bewahren unser reines Wasser und steigern die natürliche Artenvielfalt. Unsere Limonadenrohstoffe durchlaufen eine globale Wertschöpfungskette. Wir fordern von all unseren Rohstofflieferanten Zertifikate an, deren Kriterien unsere Ansprüche an Bio-Qualität sicherstellen. Dadurch leisten wir einen Beitrag zur qualitativen Verbesserung der Rohstoffe und schonen unsere Umwelt ([Näheres siehe Kap. 3 und 5](#)).

Mehr zum Thema regionale Rohstoffbeschaffung in Kapitel 5:
[↗ Seite 67 ff](#)

Mehr zum Thema Biolandbau in Kapitel 3.2:
[↗ Seite 43-44](#)

Zum Wirtschaften
im Einklang mit
Mensch und
Natur gehört
eine transparente
und nachhaltige
Lieferkette.

⑤ **Unsere Bio-Biere: Ökologische Braurichtlinien**

Unsere Bio-Bierspezialitäten brauen wir unter strenger Einhaltung der ökologischen Braurichtlinien. Unser oberstes Qualitätsziel ist dabei die Herstellung von gesunden, natürlichen, wohlschmeckenden und sicheren Lebensmitteln. Unser traditionelles Brauverfahren verzichtet auf den Einsatz chemisch-technischer Hilfsmittel wie zum Beispiel Stabilisatoren oder Konservierungsstoffe. Unsere alkoholfreien Bio-Getränke produzieren wir ebenfalls unter Berücksichtigung ökologischer Herstellungsverfahren.

⑥ **Nachhaltige Beschaffung/Einkauf**

Zum Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur gehört auch eine transparente und nachhaltig ausgerichtete Lieferkette. Beim Einkauf bevorzugen wir Lieferanten, die hochwertige Waren anbieten, welche über die gesamte Lieferkette vom Anbau bis zur angelieferten Ware bei uns im Haus umwelt- und sozialverträglich hergestellt werden. Zur Sicherstellung verpflichten wir unsere Lieferanten auf einen Code of Conduct, der ethische und moralische Kriterien beinhaltet, sowie die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards fordert. Dies überprüfen wir bei Durchführung unserer Lieferantenaudits ([siehe Kap. 5](#)).

⑦ **Preisgestaltung**

Wir bieten unsere Produkte zu fairen Preisen an. Die Kalkulation erfolgt nach objektiven Richtlinien. Eine Billig-Preis-Politik zu Lasten der Produktqualität, der Lieferanten, der Mitarbeiter, der Konsumenten und der Region sowie letzten Endes zu Lasten der Umwelt lehnen wir entschieden ab.

⑧ **Regionale Kreisläufe**

Zusammen mit unseren Partnern setzen wir uns für den Ausbau regionaler Strukturen ein. Unser Ziel ist es, Arbeitsplätze und Wertschöpfung in der Region zu schaffen und zu erhalten.

Die Zusammenarbeit mit unseren Vertragslandwirten, Lieferanten und Geschäftspartnern sowie mit unseren Kunden ist durch ein persönliches, partnerschaftliches Verhältnis geprägt.

⑨ **Einbindung der Mitarbeiter**

Die Neumarkter Lammsbräu ist eine große Familie, in deren Mittelpunkt die Mitarbeiter stehen.

Wir legen großen Wert auf die aktive Mitgestaltung der betrieblichen Prozesse durch unsere Mitarbeiter.

Mehr zum Thema
Nachhaltige
Beschaffung
in Kapitel 5:
[siehe Seite 68 ff](#)

Die Neumarkter Lammsbräu ist eine große Familie, in deren Mittelpunkt die Mitarbeiter stehen.

Die Zusammenarbeit bei der Neumarkter Lammsbräu ist durch Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und Selbstverwirklichung geprägt. Neben dem öko-sozialen Bewusstsein sowie dem eigenverantwortlichen Handeln fördern wir bei unseren Mitarbeitern die individuelle Fort- und Weiterbildung, einen gesunden Lebensstil und das Wohlbefinden am Arbeitsplatz durch diverse Angebote und Leistungen. Die Chancengleichheit unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft, Religion, sexueller Identität oder Geschlecht wird bei jeder Stellenvergabe gewährleistet. Für die tägliche Umsetzung der Nachhaltigkeitsleitlinien sind alle Mitarbeiter mitverantwortlich (siehe Kap. 4).

10 Kommunikationskultur

Wir pflegen den Dialog mit Lieferanten, Mitarbeitern, Kunden und allen anderen gesellschaftlichen Gruppen. Das Unternehmen vertritt die Position der Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit. Über die Aktivitäten im Umweltschutz und Nachhaltigkeitsmanagement informieren wir regelmäßig und umfassend. Nach außen tritt die Neumarkter Lammsbräu als „Nachhaltigkeits-Botschafter“ auf, indem das Unternehmen mit Netzwerken und Initiativen (z.B. AoEL „Assoziation Ökologischer Lebensmittelhersteller“) zusammenarbeitet, die nachhaltige Themen seriös bearbeiten

und das Ziel verfolgen, ökologisch und nachhaltig hergestellte Lebensmittel besser zu vermarkten. Mit unseren vielfältigen Kommunikationsinstrumenten (Homepage, Nachhaltigkeitsbericht, Broschüren, Soziale Medien, Messeauftritte) bieten wir interessierten Kreisen ein breites Spektrum an Möglichkeiten, sich über unser Unternehmen mit seinen Produkten und der dahinter stehenden Philosophie zu informieren. Neben einer umfassenden Kommunikationskultur arbeiten wir darüber hinaus mit unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und weiteren Partnern kontinuierlich daran, gemeinsame Strategien für die Preis-, Produkt-, Umwelt- und Distributionspolitik zu entwickeln.

Diese zehn Grundsätze bilden die übergeordneten Leitplanken, an denen die Neumarkter Lammsbräu ihr Handeln mit entsprechend definierten Maßnahmen im Unternehmen ausrichtet.



Mehr zum Thema
Mitarbeiter in
Kapitel 4:
➔ Seite 55 ff

„Die Neumarkter Lammsbräu versteht sich als Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems.“

Susanne Horn

Susanne Horn
GESCHÄFTSLEITUNG

1.2.2

Erfolgreich wirtschaften

Damit das Unternehmen erfolgreich und vor allem nachhaltig wirtschaftet, gibt es als wichtiges Steuerungsinstrument das Lammsbräu Cockpit.

Es dient der monatlichen Bewertung der wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und der Steuerung des Unternehmens. Die Daten verdeutlichen, welche Wertschöpfung die ökologischen Produkte erzielen und welche Werte daraus wiederum die Region stärken – als Entlohnung der Landwirte für die angelieferten Rohstoffe, als Gehälter für die Mitarbeiter der Brauerei sowie als Spenden für regionale und überregionale Aktionen. Das Cockpit erleichtert der Geschäftsleitung negative Trends und Fehlentwicklungen zu erkennen und bei Bedarf sofort gegenzusteuern.

Tab. 1.1: Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert

	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Einnahmen	17,2	19,4	20,8	23,0	24,1	Mio. €
Aufwendungen für Gehälter und Löhne	4,5	4,9	5,1	5,7	6,3	Mio. €
Zahlungen an die Regierung	1,7	1,9	2,2	2,8	2,8	Mio. €
Investitionen in die Gemeinschaft	46.148	126.210	130.763	147.069	108.901	€
Betriebskosten	4,2	4,5	5,3	6	6	Mio. €
Zahlungen an Kapitalgeber	254.850	194.189	172.994	188.250	275.220	€
Bilanz	6,4	7,7	7,7	8,1	8,7	Mio. €

**1.2.3
Unabhängigkeit sichern**

Seit fast 400 Jahren gibt es die Neumarkter Lammsbräu (siehe Kap. 1.2.1) und ebenso lange hat sie sich ihre Unabhängigkeit bewahrt. Unabhängigkeit ist damit – neben dem Prinzip der Nachhaltigkeit – das zweite übergeordnete, langfristige Unternehmensziel.

Finanziell und unternehmerisch unabhängig*

„Das Unternehmen ist finanziell unabhängig und so ertragskräftig, dass eine angemessene Kapitalverzinsung sowie Risikoprämie und Unternehmerlohn langfristig erwirtschaftet werden. Durch eine langfristig angelegte Unternehmensnachfolgeplanung führen die jeweils besten internen bzw. externen Geschäftsführer das Unternehmen.“

Unternehmerische Unabhängigkeit ist die Voraussetzung, um auch weiter als mittelständische Brauerei erfolgreich am Markt zu agieren und zukunftsfähig zu bleiben. Erst durch sie ist zudem eine kompromisslose Ausrichtung auf die Grundprinzipien der Nachhaltigkeit möglich.

Für die Neumarkter Lammsbräu gilt hierbei die Maßgabe, nur so weit Wachstum zuzulassen, wie die Ressourcen der Natur nicht überbeansprucht werden. Das Unternehmen achtet deshalb stets darauf, der Natur das wieder zurückzugeben, was es von der Natur empfangen hat.

Das Ziel, die Unabhängigkeit des Unternehmens zu wahren, erfordert für das Unternehmen u.a. folgende Themen, die im Laufe des Berichtes konkretisiert werden:

- Ausreichend Liquidität, um Zahlungsverpflichtungen jederzeit nachkommen zu können
- Konzentration auf das Kerngeschäft, nämlich die Produktion qualitativ hochwertiger Bio-Getränke
- Sicherung des direkten regionalen und überregionalen Rohstoffbezugs
- Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit durch Innovationen und Produkte, die die Menschen wirklich brauchen
- Zukunftsorientierte und beständige Denk- und Arbeitsweisen, die Vertrauen und zugleich Chancen schaffen
- Engagierte und gut ausgebildete Mitarbeiter
- ...

Durch Berücksichtigung dieser Bereiche wird ein moderates Unternehmenswachstum gewährleistet und dabei ein ausreichender Gewinn erwirtschaftet, der nicht zu Lasten von Mensch und Umwelt geht. Dies gelingt durch regelmäßige Absprachen mit der Inhabersfamilie und klaren Zielfestlegungen (siehe Abb. 1.4).

Daneben spielt für die Sicherung der Unabhängigkeit der Neumarkter Lammsbräu insbesondere auch das Risikomanagement eine wesentliche Rolle. Daher soll es im Folgenden nochmals eingehender betrachtet werden.

Das Risikomanagement der Neumarkter Lammsbräu

Um seine Existenz zu sichern und auf Dauer unternehmerische Unabhängigkeit und Stabilität gewährleisten zu können, ist es für ein Unternehmen extrem wichtig, seine relevanten Risiken zu kennen und sich bereits im Vorfeld mit der Eintrittswahrscheinlichkeit und dem Schadensausmaß zu beschäftigen.

Die Neumarkter Lammsbräu hat folgende sieben Risikobereiche definiert:



Abb. 1.5: Risikobereiche der Neumarkter Lammsbräu

Jeder Bereich umfasst eine Mehrzahl an Einzelrisiken: beispielsweise Reputationsverlust, Produktrückruf, Produktionsstillstand oder Gefahren, die auf ein zu schnelles Wachstum zurückzuführen sind, wie Kreditunfähigkeit und damit einhergehender Verlust von Glaubwürdigkeit am Markt. Jedes Einzelrisiko hat eine spezifische Eintrittswahrscheinlichkeit und ein unterschiedliches mögliches Schadensausmaß.

*Quelle: Neumarkter Lammsbräu, Langfristige Unternehmensstrategie, S. 2

Im schlimmsten Fall kann ein eintretendes Risiko zu einem hohen finanziellen Schaden führen, der die Existenz oder zumindest die Unabhängigkeit des Unternehmens bedroht. Betroffen von einem Risiko bzw. dessen Auswirkungen sind meist sowohl interne wie auch externe Stakeholder. Dies unterstreicht nochmals die große Bedeutung, die einem funktionierenden Risikomanagement zuteilwird.

Die Neumarkter Lammsbräu verfolgt bei ihrem Risikomanagement ganz klar den Ansatz, sämtliche negative Auswirkungen möglicher Risiken zu vermeiden. Mit Erfolg: Durch ihr effizientes Risikomanagement konnte die Neumarkter Lammsbräu bislang wirkungsvoll mögliche Risiken, darunter auch solche mit Auswirkungen auf das Kerngeschäft, erkennen und durch konkrete Maßnahmen abwenden.

Ausgangspunkt des Risikomanagements des Neumarkter Bio-Pioniers ist eine Zusammenstellung aller Risiken in Form von Risikogruppen und deren jährliche Bewertung durch die Führungskräfte. In die Risikobewertung fließt das potenzielle Schadensausmaß in Euro und die Eintrittswahrscheinlichkeit in Prozent ein. Daraus ergibt sich ein spezifischer Risikowert und damit eine Klassifizierung der relevanten Risiken. Abhängig vom jeweiligen Risikowert werden entsprechende Gegenmaßnahmen umgesetzt, die z.B. verhindern, dass es zu einem Reputationsverlust kommt. Im Rahmen jährlicher Strategietage erfolgt eine Evaluation und ggf. Anpassung der Maßnahmen.

Das Rückgrat des Risikomanagementsystems bildet dabei eine 2012 eingeführte Datenbank, die durch das Nachhaltigkeitsmanagement aktualisiert wird. Das Risikomanagementsystem der Neumarkter Lammsbräu ist als sehr wirkungsvoll im Umgang mit und der Bewertung von Risiken einzustufen.

Anhand von zwei konkreten Beispielen sollen das Risikomanagementsystem und dessen Effizienz nochmals veranschaulicht werden:

Beispiel 1

Gefährdung durch „immaterielle Risiken“: Wissensverlust



Um strukturell unabhängig und auch im Falle etwaiger Personalausfälle oder -weggänge handlungsfähig zu bleiben, spielen das Mitarbeiter-Know-how, ein effizientes internes Wissensmanagement und funktionierende Stellvertreterregelungen eine große Rolle. Fehlen kompetente Mitarbeiter wie beispielsweise ein Braumeister bzw. reicht dessen Können nicht aus, kann es im Ernstfall dazu kommen, dass letztlich die Produktion, ein Kernprozess, zum Stillstand kommt.

Die Neumarkter Lammsbräu hat daher seit vergangem Jahr wichtige Verbesserungen vorgenommen, um solche Risiken zu vermeiden.

So werden sukzessive alle Prozesse, Stellen und Verantwortlichkeiten noch detaillierter und klarer definiert und entsprechend Aufgaben in Tätigkeitsbeschreibungen mit Stellvertreterregelungen festgehalten.

Dazu wurden die Tätigkeiten der einzelnen Mitarbeiter für jeden Prozess, durch einen extra mit der Organisationsentwicklung beauftragten Mitarbeiter, genau erfasst und schriftlich in einer Tätigkeitsbeschreibung festgehalten. Zudem sollen der gezielte Wissenstransfer gefördert, Mitarbeiter in mehreren verschiedenen Bereichen angeleitet und an wichtigen und störanfälligen Punkten Stellen doppelt besetzt werden.

Beispiel 2

Gefährdung durch „Produktions- und Logistikkrisen“:
Verknappung von Roh- und Hilfsstoffen am Beispiel Leergut



Da ein Großteil des Sortimentes in Mehrweg-Glasflaschen abgefüllt wird, ist es für die Neumarkter Lammsbräu essentiell, entsprechend genügend Leergut vorrätig zu haben, um alle Kunden rechtzeitig und im vollen Umfang zu ihrer Zufriedenheit zu beliefern. Es ist allerdings nur schwer prognostizierbar, wann welche Menge an Leergut seitens der Kunden zurückgegeben wird. Übersteigt der aktuelle Absatz die verfügbare Menge an Leergut, müssen neue Flaschen zugekauft werden. Eine flexible, zeitnahe Lieferung von Leergut-Neuware

ist allerdings häufig nicht möglich, da es nur wenige Anbieter am Markt gibt. Eine vorausschauende Einlagerung größerer Leergut-Mengen ist aus Kosten- und Platzgründen ebenfalls nur schwer möglich. Um dem Risiko der Leergutknappheit entgegenzuwirken und damit den Leergutbedarf möglichst auf den Absatz abzustimmen, stehen der Logistik als dafür verantwortlichem Prozess daher die entsprechenden Ressourcen zur Verfügung, aber es ist dennoch nur schwer steuerbar oder gar prognostizierbar.



Wann wie viele unserer Flaschen zurückgegeben werden, ist nur schwer vorhersehbar.



Abb. 1.6: Sieben Kernwerte der Neumarkter Lammsbräu

1.2.4 Kernwerte

Die Neumarkter Lammsbräu ist ein Familienunternehmen, das sich als Pionier durch seine Liebe zum Produkt und zur Natur in einem wertschätzenden Miteinander konsequent für die Verbindung von höchstem Genuss, ökologischem Landbau und nachhaltigem Leben einsetzt.

Sämtliche Aktivitäten der Brauerei werden im alltäglichen Arbeiten von sieben Kernwerten (siehe Abb. 1.6) geleitet. Diese wurden 2016/2017 unter Einbindung der

Geschäftsleitung sowie der Prozesse Nachhaltigkeitsmanagement und Marke & Kommunikation aktualisiert.

1.2.5 Führen und Managen mit System und Struktur

Führungsstruktur

Strukturell ist das Nachhaltigkeitsmanagement als Prozess der Geschäftsleitung unterstellt und treibt in enger Abstimmung mit der Generalbevollmächtigten Susanne Horn das Thema innerhalb eines integrierten Managementprozesses weiter voran. Jede Führungskraft der einzelnen Prozessbereiche (von kaufmänni-

scher Verwaltung bis zur Logistik) hat wiederum die Aufgabe, Nachhaltigkeitsaspekte in ihren Verantwortungsbereichen umzusetzen und weiterzuentwickeln. Regelmäßige Treffen der Führungskräfte mit der Geschäftsleitung stellen die nötige Rückkopplung nach oben sicher. Da Nachhaltigkeit aber auch bereits im Kleinen beginnt, verpflichtet sich jeder einzelne Mitarbeiter via Arbeitsvertrag zu konsequent umweltbewusstem Verhalten am Arbeitsplatz.

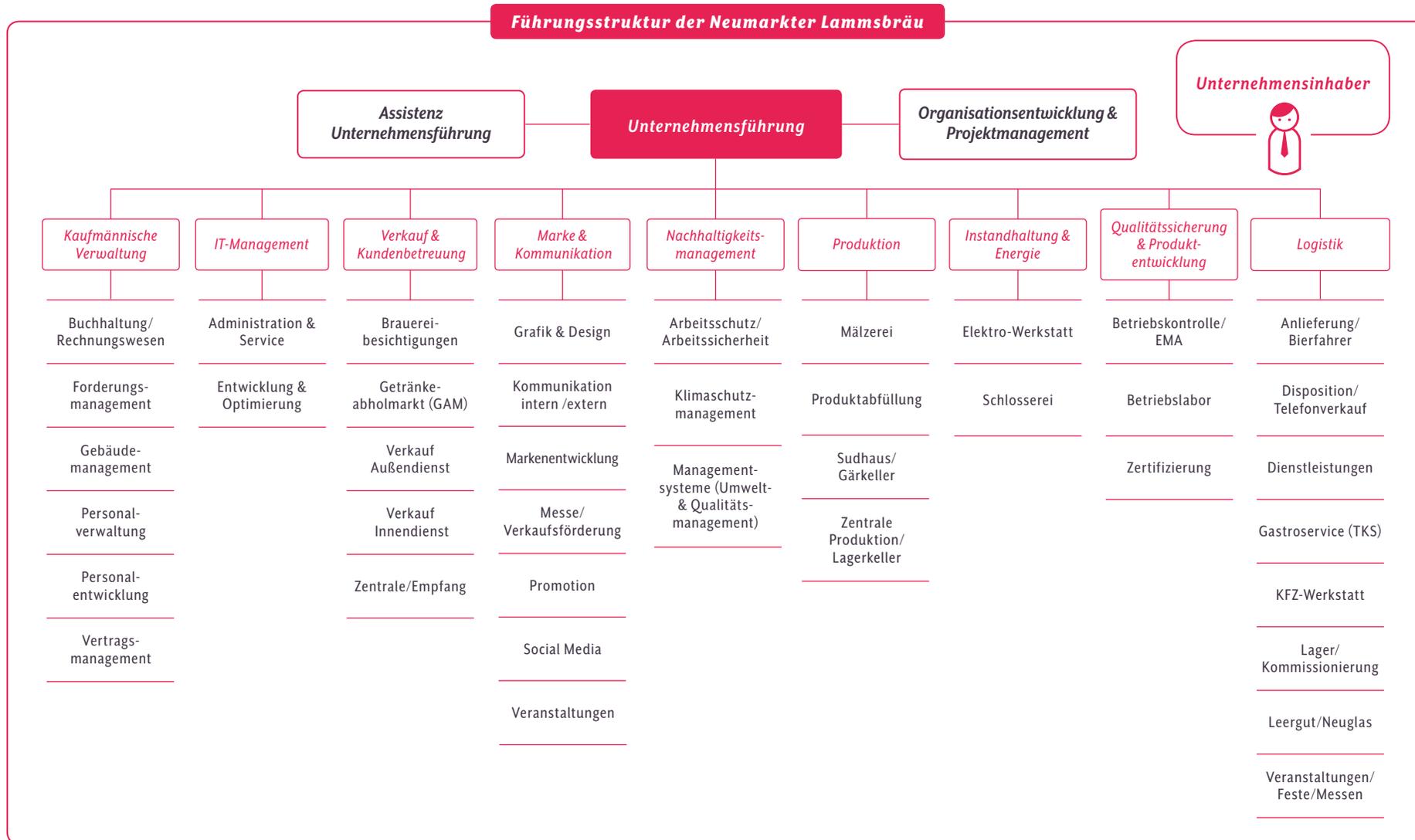


Abb. 1.7: Die Führungsstruktur der Neumarkter Lammsbräu, Stand: 11.12.2017

Integriertes Managementsystem

Zur effizienten zielorientierten Steuerung und Kontrolle des Unternehmens setzt die Neumarkter Lammsbräu auf ein integriertes Managementsystem, das alle drei Jahre zertifiziert und gemäß EMAS-Verordnung (Eco Management and Audit Scheme) validiert wird (siehe Abb. 1.8). Übergeordnetes Ziel ist eine systematisierte und kontinuierliche Verbesserung in den Bereichen Qualität (=Kundenzufriedenheit) und Umwelt (=Umweltleistungsverbesserung). Die relevanten Teilprozesse wie das Umwelt-, Qualitäts- oder Risikomanagement sind in das übergreifende System eingebettet und orientieren sich ebenfalls an den anerkannten Managementsystematiken wie der ISO Norm 14001 (Umweltmanagement) sowie der ISO Norm 9001 (Qualitätsmanagement), die jedes Jahr durch externe Audits überwacht werden.

Darüber hinaus führt das Unternehmen regelmäßig Selbstbewertungen anhand des EFQM-Modells durch, um v.a. im Qualitätsbereich eigene Stärken, Schwächen und Verbesserungspotenziale zu erkennen.

Das integrierte Managementsystem durchzieht das gesamte Unternehmen und orientiert sich an der Unternehmenspolitik als Leitfaden (siehe auch Kap. 1.2.1). Zwei wesentliche Aufgaben des Umweltmanagements sind bspw. die Einhaltung der rechtlichen Umweltvorschriften sowie die Sicherstellung compliance-konformer Prozesse. Aus diesem Grund wird das Umweltrechtskataster der Neumarkter Lammsbräu konstant gepflegt und aktualisiert, um umgehend auf Änderungen reagieren zu können. Dazu gehört es, entsprechende Arbeitsanweisungen zu verfassen und entsprechend die Mitarbeiter zu schulen und in den Umwelt- und Arbeitssicherheit-Ausschüssen zu informieren, um die Umsetzung von rechtlichen Vorgaben zu gewährleisten. Eine Überprüfung des Umweltmanagements erfolgt durch interne Umweltaudits und „Compliance“



Abb. 1.8 : Das integrierte Managementsystem der Neumarkter Lammsbräu in der Praxis (PDCA-Zyklus)

Treffen. Für das Qualitätsmanagement gelten ähnliche Vorgaben. 2017 hat die Neumarkter Lammsbräu ihr integriertes Managementsystem nochmals erweitert, um den Anforderungen der neuen ISO-Normen (14001 und

9001) sowie EMAS zu entsprechen. Hier spielt die Durchführung einer Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse eine gravierende Rolle, welche im folgenden Kapitel näher beschrieben wird.

1.3 Stakeholder und wesentliche Themen

Um die Stakeholder, deren Wünsche und Interessen sowie das jeweilige Einflusspotential genau zu kennen, hat die Neumarkter Lammsbräu 2017 eine umfassende Stakeholderanalyse durchgeführt. Neben den wechselseitigen Beziehungen der Stakeholder wurden relevante und wesentliche Themen systematisch erfasst und ausgewertet.

1.3.1 Stakeholder

Eine intern durchgeführte Gewichtung der Stakeholder nach Einfluss und Relevanz wurde für die spätere Wichtigkeitsbewertung der Themen genutzt.

Am Ende kristallisierten sich dabei die in [Abbildung 1.9](#) aufgeführten 17 unterschiedlichen Stakeholdergruppen heraus.

Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Fairness, Vertrauen und die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung – diese Werte prägen das Miteinander der Neumarkter Lammsbräu mit ihren Stakeholdern. Ein intensiver Austausch mit den Stakeholdern hat beim Familienunternehmen Tradition.



3 unserer EZÖB-Landwirte

GLOSSAR

Stakeholder

Stakeholder sind unternehmensinterne wie -externe Anspruchs- und Interessensgruppen, die von den Geschäftstätigkeiten indirekt oder direkt betroffen sind und/oder Ansprüche an das Unternehmen haben. Anspruchs- und Interessensgruppen können unsere Geschäftsentwicklung sowie auch die gesellschaftliche Akzeptanz unseres Unternehmens mehr oder weniger stark beeinflussen, was wiederum zu Auswirkungen führt.

Es ist daher wichtig, sich mit seinen Stakeholdern aktiv auseinanderzusetzen, um Bedürfnisse und Erwartungen zu kennen und daraus ggf. Maßnahmen abzuleiten.

Hierfür nutzt das Unternehmen unterschiedliche Instrumente und Kanäle. Mitarbeiter werden beispielsweise regelmäßig im Rahmen von Mitarbeiterbefragungen, bei Betriebsversammlungen oder via Intranet informiert und zum aktiven Dialog und Feedback aufgerufen.

Für den Austausch mit den externen Stakeholdern sind vor allem Verbände und Netzwerke eine wichtige Plattform. Kunden und Bürger in und um Neumarkt sind herzlich eingeladen, im Rahmen von Brauereibesichtigungen oder beim alljährlichen Erntedankfest das Unternehmen zu besuchen oder an den regelmäßigen naturkundlichen Führungen teilzunehmen. Für die Mitglieder der EZÖB wiederum organisiert das Unternehmen auch regelmäßige Seminare.

Gut so, denn nur wenn ein Unternehmen die Wünsche und Bedürfnisse seiner Mitarbeiter, Kunden oder auch Lieferanten kennt, kann es bestmöglich darauf eingehen und gemeinsam Herausforderungen bewältigen und Risiken vermeiden. Nur wenn alle Stakeholder am gleichen Strang ziehen, lässt sich eine Nachhaltigkeitsstrategie wirksam in die Tat umsetzen. Demnach lautet die Mission der Neumarkter Lammsbräu: möglichst viele Menschen, interne wie externe Stakeholder davon zu überzeugen, eine Kultur der Nachhaltigkeit zu leben und kontinuierlich fortzuentwickeln.

1.3.2 Wesentlichkeitsanalyse

Als nächster Schritt folgte auf die Stakeholder- eine Wesentlichkeitsanalyse. Deren Ziel war die Ermittlung der wesentlichen Themen für das Unternehmen. Ein mehrstufiger Wesentlichkeitsprozess wurde mithilfe externer Beratung durch das Nachhaltigkeitsteam der Neumarkter Lammsbräu umgesetzt.

Am Anfang des mehrstufigen Prozesses stand die systematische Sammlung von Meinungen und Stimmen aller Stakeholder, wie in > Abbildung 1.9 grafisch dargestellt, über beispielsweise Anfragen und Schreiben von Endverbrauchern, Befragungen unter Brauerei-Besuchern oder Gespräche mit zwei Neumarkter Firmen. Unternehmensintern wurden u.a. Mitarbeiter aus dem Vertrieb um ihre Einschätzung bzgl. der Erwartungen der Kunden gebeten. Die großen Trends im Bereich Nachhaltigkeit, Ökolandbau etc. wurden außerdem durch unsere Aktivitäten in der Bio-Branche mittels Diskussionen oder durch Veranstaltungen sowie intensive Rechercharbeit mitberücksichtigt und im vorliegenden Bericht eingebracht.

GLOSSAR

Wesentlichkeitsanalyse

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein Analysewerkzeug, um die für ein Unternehmen und seine Anspruchsgruppen (Stakeholder) wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln. Ein sehr relevanter Aspekt oder ein sehr relevantes Thema ist ein Thema, bei dem sich aus Unternehmenssicht eine besonders hohe wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Auswirkung seines Tuns ergibt. Und: welches die Entscheidungen und Beurteilung der Stakeholder in Bezug auf das Unternehmen stark beeinflusst.

Hinweis: Im vorliegenden Bericht wird anstelle des Wortes „sehr relevant“ einheitlich „wesentlich“ verwendet.

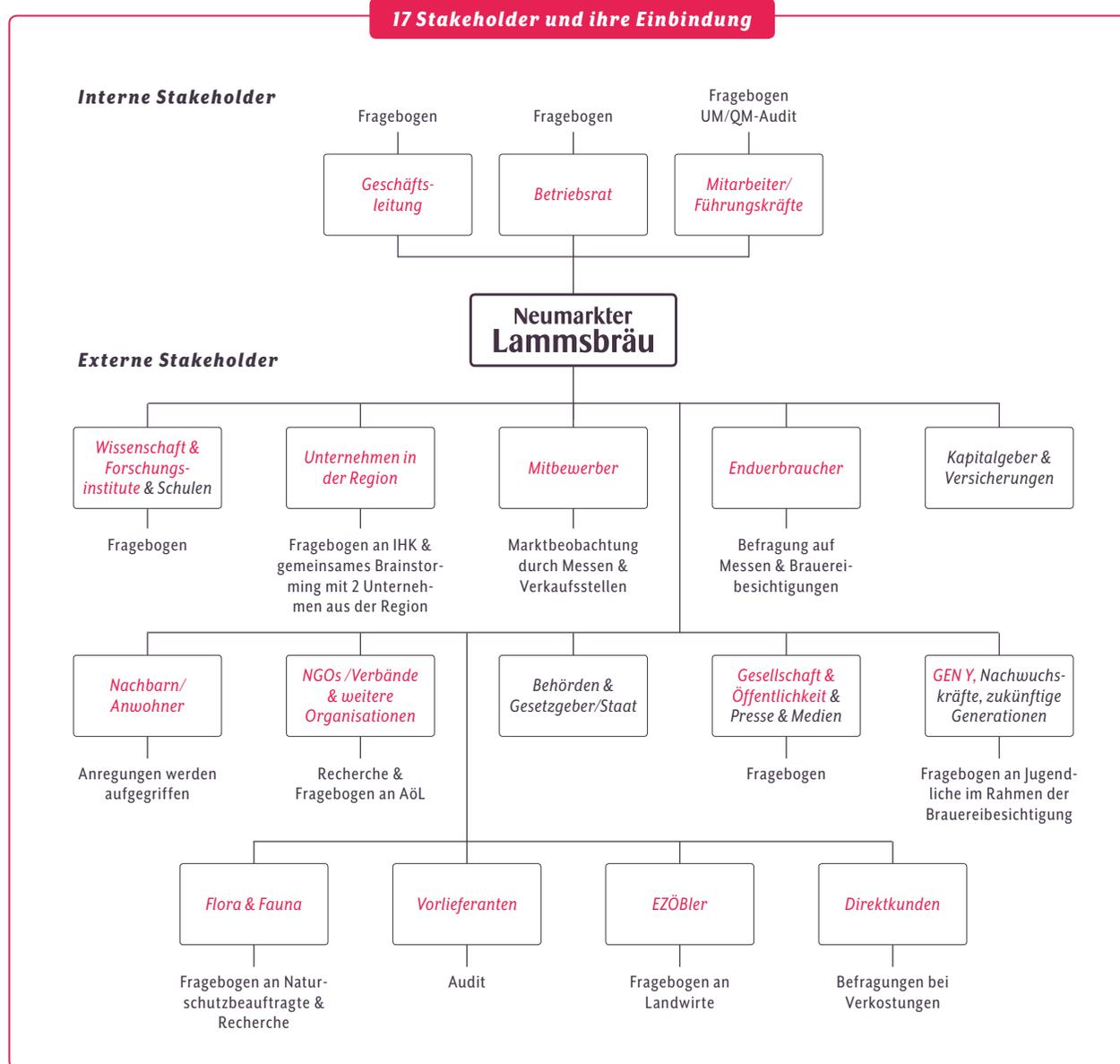


Abb.1.9: Einbindung Stakeholder (rot) zur Themenfindung

Daraus entstand eine sehr umfangreiche Themensammlung, die vorab vom Nachhaltigkeitsteam gefiltert und nach Themen geclustert wurde. So kam es zum Abgleich und zur Zusammenführung von Unternehmens- und Stakeholderthemen. Anschließend wurden die Themen hinsichtlich ihrer Relevanz bewertet. Dafür wurde mithilfe eines Punktesystems und einer internen Bewertungssystematik ein Grenzwert festgelegt.

Das Ergebnis dieses komplexen Prozesses waren 31 für die Neumarkter Lammsbräu wesentliche Themen, die von der Geschäftsleitung freigegeben wurden. Gleichzeitig wurde diese Themensammlung mit den Unternehmenszielen und -werten abgeglichen.

Alle 31 ermittelten Themen sind im oberen rechten Quadranten der Matrix (siehe Abb. 1.10) entsprechend ihrer Bedeutung für die Lammsbräu und dem Einfluss auf unsere Stakeholder zugeordnet.

Die Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse dient künftig als Grundlage, um das gesamte Stakeholdermanagement der Neumarkter Lammsbräu weiter auszubauen. Konkret soll zu den wesentlichen Themen mit den jeweiligen Repräsentanten der verschiedenen Stakeholdergruppen ein kontinuierlicher Dialog stattfinden, um fortlaufend Verbesserungen zu erzielen. Auch an einer weiteren Verfeinerung der Analyse wird für die Folgejahre gearbeitet.

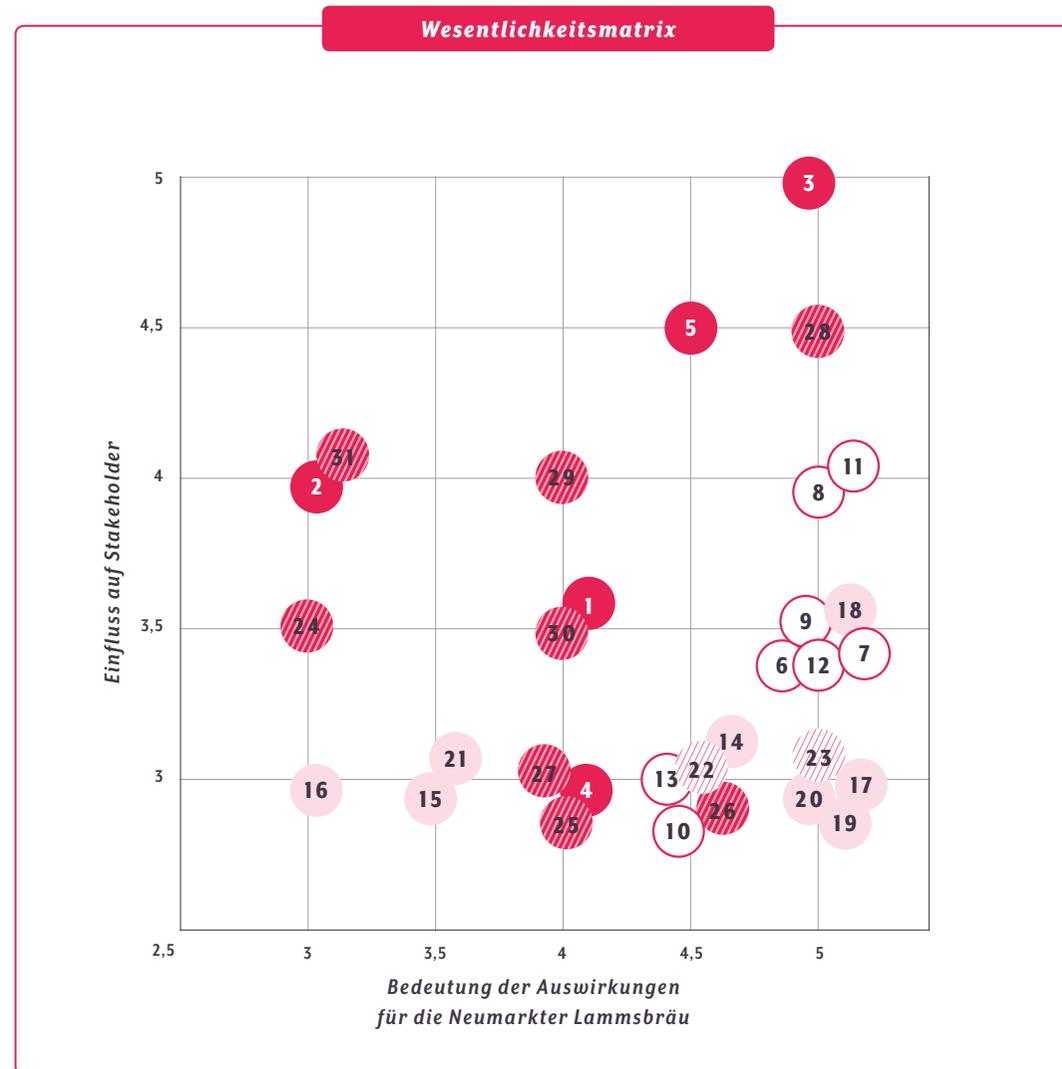


Abb. 1.10: Wesentlichkeitsmatrix und Legende zu den 31 wesentlichen Themen und dazugehörigen GRI-Aspekten (oberer rechter Quadrant)

Legende

Wesentliche Themen innerhalb (i) und/oder außerhalb (a) der Organisation	Dazugehöriger GRI-Aspekt
● Ökonomische Aspekte (siehe Kapitel 1 und 3)	
1 Unternehmerische Unabhängigkeit (i, a)	Wirtschaftliche Leistung
2 Sicherheit durch Risikominimierung (i)	Wirtschaftliche Leistung
3 Stabilität durch strukturelle Unabhängigkeit (i)	Wirtschaftliche Leistung
4 Verknappung von Roh- und Hilfsstoffen (i)	Wirtschaftliche Leistung
5 Regionale Beschaffung (a)	Beschaffung
○ Produktverantwortung (siehe Kapitel 2)	
6 Verbrauchervertrauen und Reputation (i, a)	Lokale Gemeinschaften
7 Umweltfreundliche Rohstoffbeschaffung/ Erhalt von Bodenfruchtbarkeit & Biodiversität, Sortenvielfalt und ökologisches Saatgut (a)	Biodiversität
8 Produktqualität und -sicherheit (i, a)	Kundengesundheit
9 Bio und Regional (a)	Bewertung der Lieferanten hinsichtl. ökologischer Aspekte
10 Einhaltung von Standards durch Bio-Siegel (a)	Bewertung der Lieferanten hinsichtl. ökologischer Aspekte
11 Wasserverfügbarkeit (i, a)	Wasser
12 Wasserschutz (i, a)	Wasser
13 Rohstoffqualität (a)	Bewertung der Lieferanten hinsichtl. ökologischer Aspekte
● Ökologische Aspekte (siehe Kapitel 3 und 6)	
14 Material- und Ressourcenverbrauch (i, a)	Material
15 Umweltschonende Verpackung (i, a)	Material
16 Energieträger (i, a)	Energie
17 Energieverbrauch (i, a)	Energie
18 Wasserverbrauch (i, a)	Wasser
19 Erhalt von Artenvielfalt (a)	Biodiversität
20 Klimaschutz (i, a)	Emissionen
21 Umweltfreundliche Produktion (i, a)	Wasser, Emissionen, Energie, Materialien

Wesentliche Themen innerhalb (i) und/oder außerhalb (a) der Organisation	Dazugehöriger GRI-Aspekt
/// Lieferkette (siehe Kapitel 5)	
22 Regionale Wertschöpfung (a)	Indirekte Wirtschaftliche Leistung
23 Einhaltung von Umweltstandards in der Lieferkette (a)	Bewertung der Lieferanten hinsichtl. ökologischer Aspekte
● Mitarbeiter (siehe Kapitel 4)	
24 Chancen/Lohngerechtigkeit (i)	Beschäftigung
25 Attraktiver Arbeitsplatz (i, a)	Beschäftigung
26 Familiärer Umgang (i)	Beschäftigung
27 Aus- und Weiterbildung (i)	Aus- und Weiterbildung
28 Personalentwicklung (i)	Aus- und Weiterbildung
29 Generationengerechte Arbeitsplatzgestaltung (i)	Beschäftigung
30 Führungsstil (i)	Aus- und Weiterbildung
31 Kommunikation und Information (i)	Beschäftigung



KAPITEL

2

Bio-Produkte der Neumarkter Lammsbräu

Unsere Bio-Produkte

ÜBERBLICK



Qualitätsansprüche

- ✓ 100% Bio, 0% Kompromiss
- ✓ Regionale Rohstoffe
- ✓ Bio-Mineralwasser
- ✓ Echter Geschmack



Bio-Mineralwasser

die Gründe, die dafür sprechen

- ✓ Umweltschutz und höchste Produktqualität
- ✓ Frei von Schadstoffen und gesundheitsfördernd
- ✓ Überprüfung der Kriterien von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle
- ✓ weitreichendes Engagement für den Wasserschutz
- ✓ umweltfreundliche, nachhaltige Bewirtschaftung der Quelle

„Grüne Brauerei mit starkem Bezug zur Region und hohem sozialen Engagement!“

Mit
Leidenschaft
fürs Produkt



2.1

Unsere Marke(n)



Abb. 2.1 : Dachmarke und Produktmarken

Transparente und glaubwürdige Botschaften sind der Kern der Markenkommunikation bei der Neumarkter Lammsbräu. Damit schafft das Unternehmen Vertrauen bei seinen Kunden und ist authentisch. Unter dem Dach der Unternehmensmarke Neumarkter Lammsbräu bündeln sich die charakteristischen Produktmarken Neumarkter Lammsbräu, BioKristall und now (siehe Abb. 2.1) – sie machen die Werte der

Brauerei unmissverständlich erlebbar und sind damit ein deutliches Unterscheidungsmerkmal zum Wettbewerb.

Die Dachmarke tritt immer dann als Absender auf, wenn übergreifend im Namen des Unternehmens gesprochen wird. Der interne Prozess „Marke & Kommunikation“ sorgt dafür, die Marke weiterzuentwickeln und die transparente Kommunikation voranzutreiben.

Transparente und glaubwürdige Botschaften sind der Kern unserer Markenkommunikation

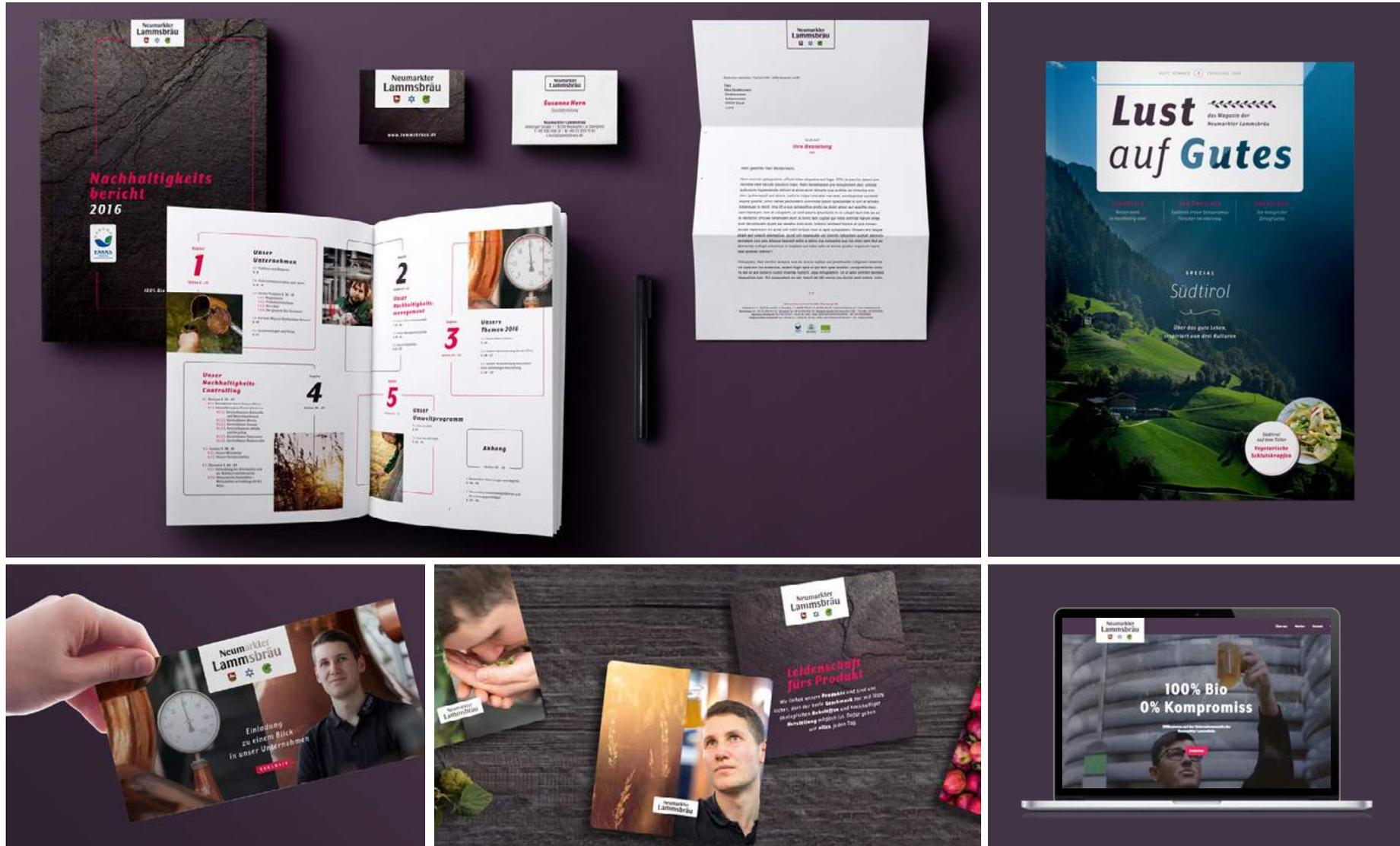


Abb. 2.2 : „Leidenschaftlich konsequent“: Leidenschaftliches Rot und ursprüngliches Tonschiefer – das neue Markendesign der Neumarkter Lammsbräu wurde im vergangenen Jahr abschließend in allen Bereichen implementiert. Unter anderem der Internetauftritt, die Mitarbeiterkleidung sowie alle Werbematerialien erstrahlen jetzt im neuen Stil.



2.2

Unsere Produkte

Mit Leidenschaft fürs Produkt

„Leidenschaftlich konsequent“ engagiert sich die Neumarkter Lammsbräu auch für ihre Produkte, denn sie sind Herz und Seele des Unternehmens. Ob aromatisches Bio-Bier, fruchtige Erfrischungsgetränke oder reinstes Bio-Mineralwasser: Konsequenterweise vereinen die Produkte aller Marken 100 % Bio-Qualität mit vollstem Genuss und Wohlbefinden. Neue Ideen werden leidenschaftlich verfolgt und in einer Vorreiterrolle immer wieder neue Produkte oder Sorten entwickelt. Aber: Nur wenn die Neuheiten glaubwürdige Vertreter der Werte und Positionierung des Unternehmens sind, werden sie in das Sortiment aufgenommen. So konnte neben der Marktführerschaft im Segment „Ökologische Biere“ auch die Spitzenposition im Bereich der ökologischen alkoholfreien Getränke gesichert werden.

2.3

Das gesamte Bio-Sortiment und Neuprodukte 2017



Abb. 2.3 :Das gesamte Bio-Sortiment der Neumarkter Lammsbräu

Neuprodukte 2017



now Pure Zitrone

Die besonders fruchtige Interpretation eines absoluten Limo-Klassikers: Der Saft vollreifer Bio-Zitronen verleiht der erfrischend-spritzigen Komposition ihren unverwechselbaren Geschmack.

now Red Kiss

Tiefrote Bio-Kirschen treffen auf Granatapfel und einen Hauch Vanille – eine Geschmackskombination zum Verlieben.

Lammsbräu Glutenfrei & Weiß

Der Genussmoment für glutensensible Weißbierliebhaber: Prickelnd-frisch mit fruchtigem Aroma nach Banane, Aprikose, einem Hauch Zitrone und Gewürznelken – abgerundet mit einer milden Hefenote.

Lammsbräu EdelHell

Ein erfrischendes Geschmackserlebnis des Lammsbräu-Klassikers: Die milde Hopfennote und das volle Malzaroma werden harmonisch, zart-fruchtig abgerundet.

1628 Gehopfter Dinkel

Kräftig golden und naturtrüb, verspricht dieses Bier mit dem Urgetreide Dinkel puren Genuss. Es sind Aromen von Banane, Vanille und Honig zu erkennen. Durch den Einsatz der Hopfensorte Hallertauer Blanc bei der Kalthopfung entfaltet das Bier feine Noten von Grapefruit und Minze.

1628 Stout

Der Geruch erinnert an Karamell und Zartbitterschokolade. Feine Aromen von Kaffee, Rosinen und Dörrfrüchten sind deutlich, gefolgt von süßlich erscheinenden Düften wie Lakritz, Vanille und Zimt. Vordergründig süßlich im Geschmack mit einer fein nachhängenden, gut eingebundenen bitteren Note.

Abb.2.4: Neuprodukte der Neumarkter Lammsbräu 2017

2.4

Produktqualität & Sicherheit

ückenlose Produktsicherheit und -qualität für alle Produkte bilden einen wichtigen Grundstein für den Geschäftserfolg der Neumarkter Lammsbräu und sind maßgeblich für die Marktführerschaft in der Bio-Getränke Branche verantwortlich. Dieser Erfolg beruht zum einen auf der stetigen Weiterentwicklung der Produkte durch den Prozessbereich „Qualitätssicherung & Produktentwicklung“ unter höchsten Qualitäts- und Hygienestandards, die sich das Unternehmen selbst gesetzt hat. Diese gehen weit über die gesetzlichen Vorgaben, beispielsweise des Verbraucherschutzes, hinaus. Zum anderen beruht unser Erfolg auf dem 100-prozentigen Anspruch an Ökologie und Regionalität sowie die konsequente, umweltfreundliche und auf Sortenvielfalt bedachte Rohstoffbeschaffung.

Die Auszeichnung der Produkte mit [Bio-Siegeln](#) ist der sichtbare und transparente Beweis, dass die Neumarkter Lammsbräu ihren Ansprüchen auch gerecht wird. Kurzum: Mit guten, ehrlichen Produkten sorgt die Neumarkter Lammsbräu dafür, dass ihre Kunden ihr vertrauen und zufrieden sind. Dies bestätigen auch wachsende Absatzzahlen, Kundenlob und eine sehr geringe Anzahl berechtigter Reklamationen. Letztere werden intern ausgewertet und betroffene Prozesse systematisch überprüft.

2.4.1 100 % Bio & so regional wie möglich – strenge Kriterien bei der Produktentwicklung und Qualität

Aus den unternehmensinternen Werten und der erarbeiteten Nachhaltigkeitsphilosophie der Neumarkter

Lammsbräu ergeben sich folgende, zentrale Qualitätsansprüche, die bei allen Produkten berücksichtigt werden:

① **Garantiert 100 % Bio, 0 % Kompromiss**

Alle Roh- und Grundstoffe stammen aus kontrolliert ökologischem Anbau. Dies schließt den Verzicht auf gentechnisch veränderte Organismen, chemisch-synthetische Düngemittel und Pestizide ein. Diese Art des Anbaus trägt zum Erhalt der biologischen Vielfalt bei, bewahrt das Trinkwasser in seiner Qualität und erhält die natürlichen Umweltkreisläufe.

② **Regionale Rohstoffe**

Das Unternehmen bevorzugt Braurohstoffe aus seiner regionalen Erzeugergemeinschaft (EZÖB), einem Zusammenschluss aus über 150 Bio-Landwirten, die verschiedenen Anbauverbänden angehören. Für die Bierspezialitäten werden sämtliche Rohstoffe überwiegend regional (d. h. im Umkreis von 100 km) angebaut, was durch kurze Transportwege zum Klimaschutz beiträgt. Auch bei den Limonaden kommt ein erheblicher Rohstoff-Anteil bereits aus Deutschland. Die Neumarkter Lammsbräu arbeitet an der Verbandszertifizierung aller eingesetzten Rohstoffe bei der Limonadenproduktion, sodass neben Umweltstandards auch Sozialstandards entlang der gesamten Lieferkette sichergestellt werden können ([siehe Kap. 5](#)).

③ **Wasser – ein ganz besonderer Rohstoff**

Das Bio-Mineralwasser ist die „Basis-Zutat“ für alle Produkte der Neumarkter Lammsbräu. Die Kriterien, nach denen das Bio-Mineralwasser zertifiziert ist, können unter folgendem Link nachgelesen werden: www.bio-mineralwasser.de.



④ **Klare Rezepturen**

Die Brauerei achtet bei ihren eigens entwickelten Rezepturen darauf, möglichst wenige Zutaten zu verwenden. Durch den engen Lieferantenkontakt wird versucht die Lieferketten möglichst kurz zu halten und bei neuen Entwicklungen heimische Früchte zu verarbeiten.

⑤ **Echter Geschmack**

Geschmacksgeber der Produkte sind hauptsächlich Fruchtsaft und Fruchtsaftkonzentrat. In geringem Maße werden außerdem natürliche Aromen und Extrakte verwendet. Regelmäßige Verkostungen stellen dabei sicher, dass nur geschmacklich hochwertige Ware das Haus verlässt.

Mit diesem Ansatz konnten in den vergangenen Jahren neben den Landwirten in der Region auch die Flora und Fauna unterstützt werden. Beiden Stakeholdergruppen kommen besonders der Bio-Landbau, die regionale Rohstoffbeschaffung und die geringen CO₂e-Emissionen zugute. Aufgrund dieser Erfolge, die auch prämiert wurden ([siehe Kap. 1](#)), und vieler positiver Rückmeldungen seitens der Stakeholder, wird die Neumarkter Lammsbräu diesen Ansatz weiter verfolgen. Das Ziel für die kommenden Jahre ist es die 100 % Bio-Quote zu halten und die Regionalität weiter zu stärken.

Mehr zum Thema Lieferantenmanagement in Kapitel 5.3: [siehe Seite 72](#)

Mehr zu den Auszeichnungen in Kapitel 1.1: [siehe Seite 8](#)



2.4.2

Umweltfreundliche Rohstoffbeschaffung: Biodiversitätserhalt, Erhalt von Bodenfruchtbarkeit und Sortenvielfalt & ökologisches Saatgut

Vom Acker bis in die Flasche – mit ihrer Selbstverpflichtung zu 100 % Ökolandbau nimmt die Neumarkter Lammsbräu noch vor der eigentlichen Rohstoffbeschaffung – nämlich bereits im Rahmen der Anbaubedingungen – Einfluss auf die Qualität ihrer Endprodukte. Daneben wird sich bei der Rohstoffbeschaffung auch um Themen wie Sortenvielfalt und Erhalt von Bodenfruchtbarkeit gekümmert.

Dies ist ein wesentliches Thema, denn nur mit einem gesunden und artenreichen Boden ist es möglich, Rohstoffe höchstmöglicher Qualität zu erzeugen. Da im Rahmen des Ökolandbaus die genannten Kriterien erfüllt werden, setzt die Brauerei auf verbandszertifizierte Ware und verpflichtet sich selbst, nur Rohstoffe mit mindestens dem EU-Bio-Siegel zu erwerben. Außerdem wird gemeinsam mit den Landwirten eine Auswahl getroffen, z.B. von unterschiedlichen Gerstensorten, aus denen der einzelne Landwirt seinen Anbau abhängig von den Bodenbedingungen wählen kann.

Zum Thema Bodenfruchtbarkeit können sich die Landwirte mit Unterstützung der Neumarkter Lammsbräu außerdem zum Bodenpraktiker weiterbilden lassen: Bei diesem Seminar wird der schonende Umgang mit dem Boden wieder ins Zentrum der Landwirtschaft gerückt. Zuständig ist hierfür der Prozess „Mälzerei“.

Zusätzlich engagiert sich die Neumarkter Lammsbräu in der Ökozüchtung. Ziel ist es, eine 100 % ökologisch gezüchtete Gerstensorte zu entwickeln, die optimal auf die Bedingungen im Ökolandbau angepasst ist.



Indem die Brauerei die Grundsätze beherzigt, hat sie unter anderem einen positiven Einfluss auf den aktiven Trinkwasser- und Biodiversitätsschutz, die Bodenfruchtbarkeit sowie die natürlichen Kreisläufe. Die CO₂e-Emissionen werden reduziert, soziale Bedingungen und klima- und ressourcenschonendes Wirtschaften entlang der Lieferkette verbessert und die regionale Wertschöpfung nach Möglichkeit gesteigert.

2.4.3

Die Bio-Siegel

Ob Hopfen, Gerste oder Malz, Kirsche, Rhabarber oder Limette: alle Rohstoffe für die Produkte der Neumarkter Lammsbräu stammen aus ökologischem Landbau. Um das zu garantieren, sind sämtliche Rohstofflieferanten der Neumarkter Lammsbräu Mitglied eines ökologischen Anbauverbandes oder gemäß der EG-Öko-Verordnung zertifiziert.

Die Einhaltung der Anbaukriterien wird sowohl verbandsintern als auch von akkreditierten, externen Kontrollinstituten für Öko-Lebensmittel regelmäßig geprüft. So garantiert beispielsweise die Öko-Kontrollstelle Kiwa BCS Öko-Garantie GmbH durch regelmäßige Prüfungen – nach EG-VO-Nr. 834/2007 und EG-VO-Nr. 889/2008 und zusätzlich bei den Bieren nach den Richtlinien der Anbauverbände Naturland und Bioland –, dass sämtliche Produkte der Neumarkter Lammsbräu das Prädikat „Bio“ auch verdienen.

Aber auch hausintern geht die Neumarkter Lammsbräu auf Nummer sicher: Kontrollprozesse in der Qualitätssicherung- und Produktentwicklung sorgen dafür, dass die Anforderungen an die Lieferanten eingehalten werden. Maßgeblich verantwortlich für die Zertifizierung sind jedoch die Lieferanten selbst: Einmal im Jahr müssen sie ihre Zertifikate erneuern. Das sorgt dafür, dass die Nachweise aktuell bleiben. Jeder Landwirt oder Lieferant verpflichtet sich gegenüber der Brauerei auf diese regelmäßige Erneuerung.

Alle Produkte der Neumarkter Lammsbräu tragen mindestens das EU-Bio-Siegel und zudem weitere Bio-Auszeichnungen, nämlich das Bioland- und Naturland-Siegel, das Bayerische Bio-Siegel sowie das Bio-Mineralwasser-Siegel.



**EU-Bio-Siegel, d.h.
Bio nach EG-Öko-Verordnung**

Alle Biere, Biermischgetränke, Erfrischungsgetränke und Fruchtschorlen der Neumarkter Lammsbräu tragen das EU-Bio-Siegel. Dieses staatliche Bio-Siegel ist die Grundlage aller Produkte aus dem ökologischen Landbau.



Bioland- und Naturland-Siegel

Die privaten Bio-Anbauverbände wie Naturland oder Bioland gehen in ihren Anforderungen weit über die Standards des EU-Bio-Siegels hinaus. Dabei müssen alle Zutaten zu 100% ökologischer Herkunft sein. Alle Biere und Biermischgetränke der Neumarkter Lammsbräu tragen beide Verbandssiegel.



Bio-Mineralwasser-Siegel

Alle BioKristall Bio-Mineralwässer, now-Erfrischungsgetränke und BioKristall Fruchtschorlen tragen das Bio-Mineralwasser-Siegel. ([➔www.bio-mineralwasser.de](http://www.bio-mineralwasser.de))



Bayerisches Bio-Siegel

Alle Bio-Biere tragen das bayerische Bio-Siegel. Es garantiert hohe Bio-Qualitätsstandards in Verbindung mit dem Herkunftsnachweis Bayern.

2.5

„Bio-Mineralwasser“ – die Basis aller Produkte

Jedes Produkt der Neumarkter Lammsbräu wird mit dem hauseigenen Bio-Mineralwasser hergestellt. Das Konzept eines Bio-Mineralwassers ist Grundlage für den Erhalt der höchsten Wasserqualität in der Welt und deshalb für das Unternehmen ein Ansporn, sein Engagement zugunsten des ökologischen Landbaus voranzutreiben. Im Interview erklärt die Geschäftsleitung, in Person vertreten durch Susanne Horn, worum es der Neumarkter Lammsbräu beim Thema Wasser geht und was es mit Bio-Mineralwasser auf sich hat.

Warum ist die Ressource Wasser für die Neumarkter Lammsbräu besonders schützenswert?

Susanne Horn: Bei all unseren Getränken ist Wasser der wesentliche Bestandteil und damit unser wichtigster Rohstoff. Um sicherzustellen, dass dieser Rohstoff in seiner Reinheit noch lange verfügbar bleibt, schützen wir die unterirdischen Wasserläufe von der Quelle bis zur Entnahme. Gleichzeitig erhalten wir so auch die Qualität unserer Produkte.

Wo genau setzt dieser Schutz an?

Susanne Horn: Ein wichtiger Punkt ist hier natürlich die Verfügbarkeit der Ressource Wasser, denn die Vorkommen sind begrenzt. Dieser Herausforderung begegnen wir mit einer nachhaltigen Entnahme: Zusätzlich zu den zwei Brunnen, aus denen wir aktuell unser gesamtes Produktwasser fördern, planen wir im Moment die Bohrung eines dritten Brunnens.

Ein wichtiger Punkt ist hier natürlich die Verfügbarkeit der Ressource Wasser

Die Fördermenge und der Förderstrom sind genau festgelegt und müssen in Aufzeichnungen nachgewiesen werden. Aber auch weiter vorne im Wassersystem setzen wir mit Schutzmaßnahmen an: Beispielsweise engagieren wir uns dafür, dass der ökologische Landbau in der Region ausgeweitet wird. Im vergangenen Jahr haben wir außerdem die Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes in unserem Kerngebiet beantragt. Damit weiten wir unseren Einflussbereich auf die Wasserqualität aus und erhalten diese nachhaltig. Beim Wasserschutz arbeiten wir außerdem eng mit Behörden zusammen.

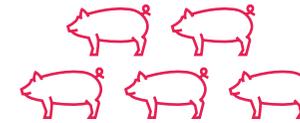


Gefahrenquelle intensive Landwirtschaft

2013 wurden in Deutschland 32.551 Tonnen Herbizid-, Fungizid- und Insektizidwirkstoffe¹ im Wert von 1,506 Mrd. Euro ausgebracht. 2014 war ein weiterer Anstieg um 6,2 Prozent auf 1,6 Mrd. € zu verzeichnen².

Weiterhin landeten insgesamt rund 5,3 Mio. Tonnen Düngemittel auf den Äckern³. Und weil unter einem Acker keine Beton-, sondern eine natürliche Bodenschicht ist, landen Rückstände dieser Mittel früher oder später im Grundwasser.

In Bayern sind es 69 Kilometer Nitratüberschuss je Hektar, die der Boden nicht mehr aufnehmen kann und die ins Grundwasser übergehen.*



Gefahrenquelle intensive Tierhaltung

In Landstrichen mit intensiver Landwirtschaft verunreinigen Gülle- und Tier-Antibiotika-Emissionen das Grundwasser so massiv, dass es nicht mehr zum Trinken geeignet ist.

Zum Beispiel überschreiten fast ein Viertel aller Messstellen in Niedersachsen – hier ist Massentierhaltung Standard – den Nitratgrenzwert von 50 mg/l. In anderen Teilen Deutschlands sieht es jedoch besser aus.

Inwiefern ist der ökologische Landbau im Einzugsgebiet der Neumarkter Lammsbräu ein Thema?

Susanne Horn: Im Quelleinzugsgebiet der Neumarkter Lammsbräu gibt es keinen ökologischen Landbau – es handelt sich hier um bebaute Flächen im Stadtgebiet. Grundsätzlich sind wir jedoch über die Beteiligung der Ökomodellregion aktiv in die Förderung des Ökoland-

baus eingebunden. Auch unsere Erzeugergemeinschaft für Ökologische Braurohstoffe (EZÖB) fördert den ökologischen Landbau. Darüber hinaus haben wir ein Förderprogramm mit anderen Maßnahmen des ökologischen Landbaus im weiten Umfeld des Stadtbereichs.

*Quellen: Bundesumweltministerium, 1) BVL, Absatz an Pflanzenschutzmittel 2013, 2) Industrieverband Agrar, Jahresbericht 2014/2015, 3) Industrieverband Agrar, Jahresbericht 2014/2015

Welche Rolle spielt dabei das Bio-Mineralwasser Konzept?

Susanne Horn: Unser Wasser ist ein natürliches Produkt. Das bedeutet: Es ist naturbelassen und frei von Schadstoffen. Die nachhaltige Gewinnung, eine schonende Verarbeitung sowie ein ökologisch sinnvoller Vertrieb mit ausschließlich Glas-Mehrwegflaschen sind für uns selbstverständlich. Um dies in die Breite zu tragen und auch andere Getränkehersteller zu überzeugen, haben wir uns für ein generelles ökologisches Reinheitsgebot für Mineralwasser stark gemacht: die Bio-Mineralwasser-Zertifizierung.

Was ist seit der Entwicklung der Bio-Mineralwasser-Richtlinien alles passiert?

Susanne Horn: Im Jahr 2012 waren wir Vorreiter, als wir uns freiwillig auf die Bio-Mineralwasser-Richtlinien verpflichtet haben. Mit ihren strikten Kriterien an Wasserqualität und -güte gehen sie deutlich über die gesetzliche Mineralwasserverordnung hinaus. Seither hat sich viel getan und andere Getränkehersteller sind nachgezogen.

Wie kann sichergestellt werden, dass die Bio-Mineralwasser-Richtlinie auch eingehalten wird?

Susanne Horn: Dass wir die Kriterien der Bio-Mineralwasser-Richtlinie erfüllen, weisen wir jährlich bei unserer Zertifizierung nach. Hierfür reichen wir beispielweise Nachweise aus den hydrogeologischen Gutachten, die laufenden Aufzeichnungen der Brunnendaten und Gutachten sowie Projektpläne zur genehmigten Förderleistung ein. Die nachhaltige Entnahme wird beispielsweise gemäß den „nachhaltigen Entnahmekriterien“ auf ihre Effizienz hin beurteilt. Kontrolliert wird die Einhaltung dieser Kriterien von der Öko-Kontrollstelle BCS Öko-Garantie GmbH durch ein entsprechendes Zertifikat.





Wie sorgen Sie dafür, dass sich die Bio-Mineralwasser-Richtlinie immer weiterentwickelt?

Susanne Horn: Auf die Weiterentwicklung der Bio-Mineralwasser-Richtlinien haben wir als Lizenznehmer keinen direkten Einfluss. Allerdings tagt mehrmals im Jahr ein Qualitätsausschuss. Dieser prüft unabhängig die Bio-Mineralwasser-Richtlinien und passt bei Bedarf Grenzwerte an oder nimmt neue Parameter mit auf. Durch die Richtlinien und dem aus ihnen resultierenden Zertifikat zeigen wir den Verbrauchern: Sie können sich auf das, was wir versprechen, verlassen!

Gründe, die für das Bio-Mineralwasser Konzept sprechen

1 

„Bio“ ist mehr als nur „natürlich“ und bedeutet Umweltschutz (nachhaltige Gewinnung des Rohstoffs sowie schonende Verarbeitung und Vertrieb), hohe Produktqualität, Einhaltung sozialer Standards und Transparenz.

2 

Bio-Mineralwasser ist frei von Schadstoffen und muss nach den Bio-Mineralwasser-Richtlinien mindestens eine nachweisbare gesundheitsfördernde Eigenschaft haben.

3 

Leitungswasser ist kein naturbelassenes Produkt, sondern wird aufbereitet. Es ist zwar billiger als Mineralwasser und enthält manchmal auch Mineralstoffe, aber es enthält oft viele Substanzen, die eigentlich nichts darin verloren haben.

4 

Die 45 Kriterien für Bio-Mineralwasser werden von unabhängigen Fachleuten definiert und basieren auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen. Die Einhaltung der Richtlinien wird von einer Kontrollstelle regelmäßig geprüft.

5 

Wir kämpfen für Bio-Mineralwasser, weil uns das Thema am Herzen liegt: Wasser ist und bleibt das wichtigste Lebensmittel für uns Menschen, deshalb müssen wir mit vereinten Kräften die Wasserressourcen für heutige und zukünftige Generationen schützen.

Mit dem innovativen Bio-Mineralwasser Konzept sowie weitreichender Aufklärungsarbeit mittels Marketingaktivitäten oder Bildungsmaßnahmen, setzt sich die Neumarkter Lammsbräu stark dafür ein, nachhaltige

Alternativen im Umgang mit Wasser aufzuzeigen, um damit die Qualität des wichtigsten Lebensmittels und Rohstoffs auch für die Zukunft sicherzustellen.

Näheres finden Sie unter:
www.biokristall.de
www.bio-mineralwasser.de

2.6

Der Kunde – einer der wichtigsten Partner

Bestes Ziel und Motivation im leidenschaftlichen Engagement für die Produkte ist für die Neumarkter Lammsbräu immer die Zufriedenheit ihrer Kunden. Dabei ist die Kundenbeziehung stets bilateral zu verstehen: Nicht zuletzt ist es der Kunde, der immer wieder Anregungen für die Entwicklung neuer Produkte gibt. So ist das Unternehmen nah dran an den Wünschen der Kunden und orientiert sich an gesellschaftlichen Entwicklungen. Der Kunde ist daher einer der wichtigsten Stakeholder des Unternehmens. Grundvoraussetzungen für eine fruchtbare und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Kunden sind langfristige und verlässliche Beziehungen.

Wer ist eigentlich alles Kunde der Neumarkter Lammsbräu?

Kunde der Neumarkter Lammsbräu ist nicht nur der Endverbraucher, der die Produkte direkt aus dem Getränkemarkt bezieht. Auch der Groß- und Einzelhandel sowie die Gastronomen stehen mit dem Bio-Getränkemerkmal in einer engen Kundenbeziehung. Diese sorgen dafür, dass das gesamte Bio-Sortiment den Endverbraucher reibungslos erreicht. Demnach sind auch all diejenigen Kunden der Bio-Brauerei, mit denen bei regionalen Festen zusammengearbeitet wird.



Kommunikation mit dem Kunden

Der ernsthafte Dialog mit ihren Kunden ist der Neumarkter Lammsbräu wichtig. Sei es durch Gespräche der Vertriebskollegen mit den Handelspartnern und Gastronomen oder über Lob, Anfragen oder auch Reklamationen, die den Kundenservice der Neumarkter Lammsbräu erreichen. Nur so können Kundenbedürfnisse erkannt und daraufhin auf Wünsche eingegangen werden. Durch ihr offenes Ohr erhalten die Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu wichtige Impulse für neue Produkte oder für Anpassungen und Veränderungen des bestehenden Produktportfolios.

Das 1x1 der Kundenkommunikation



Vorträge & Podiumsdiskussionen

Mit **Vorträgen** und der Teilnahme an **Podiumsdiskussionen** sucht die Neumarkter Lammsbräu den Dialog mit Kunden und Konsumenten, um die Themen Nachhaltigkeit und zukunftsfähiges Wirtschaften in die Öffentlichkeit zu tragen. Vertreter der Brauerei engagieren sich deshalb über das Jahr hinweg an Universitäten und Hochschulen, bei gemeinnützigen Vereinen und Verbänden, bei ihren Netzwerkpartnern, bei Unternehmensverbänden oder auch bei kirchlichen Organisationen.



Nachhaltigkeitsbericht und -broschüre

Der jährliche **Nachhaltigkeitsbericht** und die Zusammenfassung in Form einer **Nachhaltigkeitsbroschüre** geben Auskunft über alle Aktivitäten des vergangenen Jahres und stellen das Unternehmen, seine Philosophie mit Leitlinien und seine Produkte, Querschnittsthemen, die Entwicklung der Kernindikatoren sowie erreichte und zukünftig anvisierte Ziele mit Maßnahmen vor.



Preise

Durch zielgerichtete **Bewerbungen auf spezielle Preise** und damit verbundene Auszeichnungen werden Verbraucher auf das Unternehmen aufmerksam.



Bio-Messen und Bio-Festivals

Auf **Messen** oder **Bio-Festivals** werden im Laufe des Jahres nicht nur die Produkte vorgestellt, auch die Unternehmensphilosophie der Neumarkter Lammsbräu kann hautnah erlebt werden.



Weitere Informationen finden Interessierte immer auch auf den **Produkt-Etiketten** sowie über die **Website** (www.lammsbraeu.de), das Neumarkter Lammsbräu **Magazin**, **Prospekte**, den **Newsletter** sowie **Facebook-Account**.

Abb. 2.5: Die Kundenkommunikation der Neumarkter Lammsbräu

Die Neumarkter Lammsbräu in den Augen ihrer Kunden

Getreu diesem Motto wird im zweijährigen Turnus eine Geschäftskundenbefragung durchgeführt. Dafür wurden in 2016 insgesamt 410 Personen befragt: Was fällt Ihnen spontan zum Unternehmen Neumarkter Lammsbräu ein?

Ökologisch hergestelltes Bier, Nachhaltigkeit und guter Geschmack – damit wird laut Kundenbefragung die Neumarkter Lammsbräu am häufigsten in Verbindung gebracht.

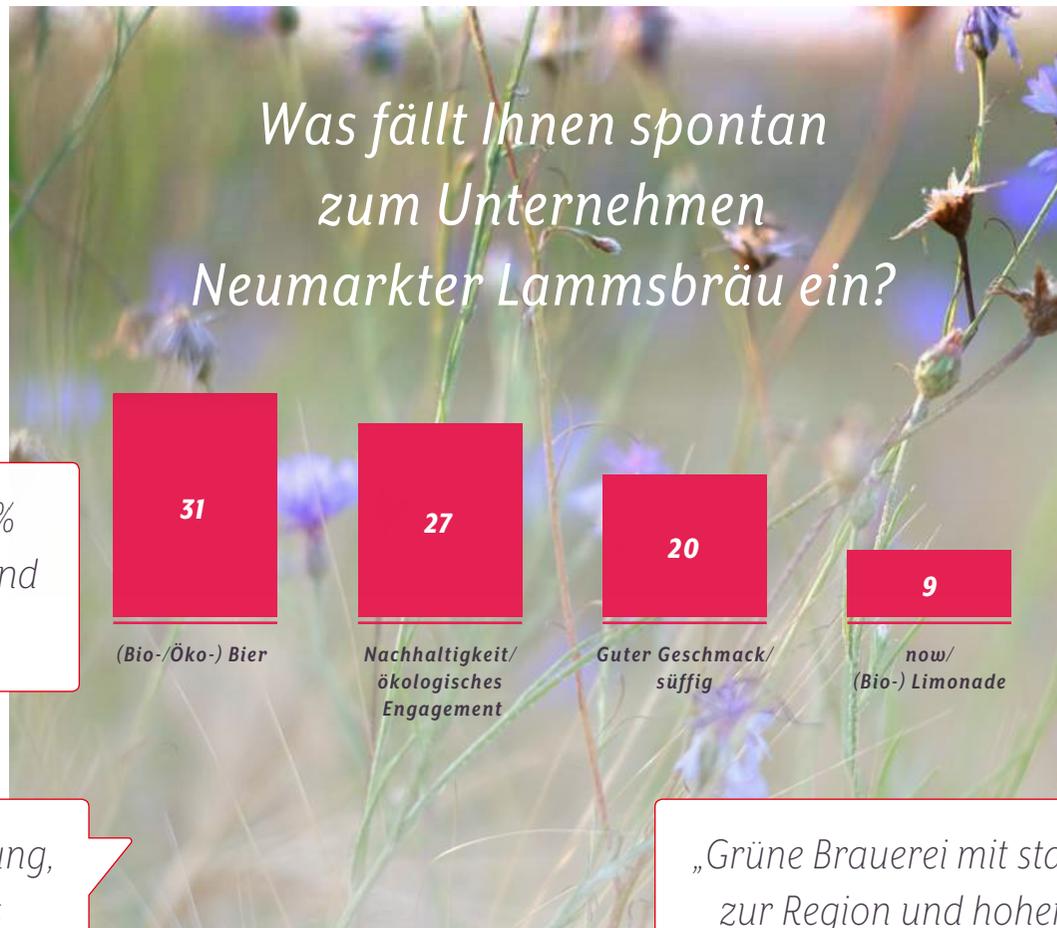


Abb. 2.6: Ergebnis der Geschäftskundenbefragung 2016; Basis: Alle Befragten: n=410, Auswahl Gesamt ≥ 4,1%; Angaben in %

„Ein tolles Bier, welches zu 100 % biologisch ist und einen vollen und runden Geschmack hat.“

„Super Bier, super Außendarstellung, freundliches und kompetentes Personal und guter Ruf.“

„Grüne Brauerei mit starkem Bezug zur Region und hohem sozialen Engagement!“

Auch die now-Limonaden zahlen mittlerweile auf das positive Image der Neumarkter Lammsbräu ein und sind ein Beweis für die hohe Glaubwürdigkeit und Transparenz der Unternehmensstrategie.

Die Umfrage bestätigt ganz klar, dass sich die tägliche harte Arbeit aller Prozessbeteiligten auch in der Außenwahrnehmung niederschlägt.

KAPITEL

3

Verantwortung für Umwelt & Gesellschaft

Unsere Verantwortung

ÜBERBLICK



Herzenssache

der Neumarkter Lammsbräu

- ✓ Förderung des ökologischen Landbaus
- ✓ Erhalt von Artenvielfalt
- ✓ Wasserschutz
- ✓ Klimaschutz
- ✓ Einsatz für eine agrotechnikfreie Welt



Bio-Produkte

haben Mehrwert



Ziel bis 2025

11.500 Tonnen
CO₂e-Reduktion



Die Ziele der UN

mit im Fokus



3.1

Global denken – regional handeln

„Think global, act local“ – als Familienunternehmen fühlt sich die Neumarkter Lammsbräu besonders den Menschen und der Region am und um den Firmensitz in Neumarkt i. d. Oberpfalz verbunden. Dies drückt sich in ökologischem und gesellschaftlichem Engagement des Unternehmens aus. Fünf Themenbereiche liegen dem Unternehmen besonders am Herzen: Förderung des ökologischen Landbaus, Erhalt von Artenvielfalt (Biodiversität), Wasserschutz, Klimaschutz sowie der Einsatz für eine agrotechnikfreie Welt.

Der Fokus liegt dabei klar auf der Umsetzung regionaler Maßnahmen und Projekte. Allerdings verliert die Neumarkter Lammsbräu dabei niemals das große Ganze aus den Augen. Hier dienen die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen dem Unternehmen als Maßgabe.

Diese 17 Ziele wurden 2015 von den Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen (UN) im Rahmen der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verabschiedet. Die Aktivitäten der Neumarkter Lammsbräu zahlen besonders auf die Ziele 8, 13, 15 und 17 ein und werden in den nachfolgenden Unterkapiteln näher verdeutlicht.

Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen



Mehr zu den SDGs in:
 ↗ Kapitel 3.4
 ↗ Kapitel 3.5
 ↗ Kapitel 3.7
 ↗ Kapitel 5.1

Abb. 3.1: Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen



3.2

Förderung des ökologischen Landbaus

Bereits seit den 70er Jahren hat es sich die Neumarkter Lammsbräu als Bio-Pionier zur Aufgabe gemacht, ökologischen Landbau zu fördern. Denn dies ist die für Gesellschaft und Umwelt verträglichste und auch nachhaltigste Form der Landwirtschaft. Ökolandbau hat insbesondere auf den Schutz des Klimas, den Erhalt unserer wichtigen Ressourcen Boden und Trinkwasser sowie die Artenvielfalt unmittelbare positive Effekte.

Ökolandbau & Klimaschutz

Durch den Humusaufbau wird Kohlendioxid, das wichtigste Treibhausgas, im Boden gebunden und somit die Atmosphäre entlastet. Ökologischer Ackerbau begünstigt die Entstehung von Humus und hilft auf diese Weise dabei, den Klimawandel zu verlangsamen. Ökologisch bewirtschafteter Boden kann durch seinen

höheren Humusanteil 12 bis 15 Prozent mehr CO₂ binden. Auch der Verzicht auf synthetische Dünger im Ökolandbau reduziert CO₂e-Emissionen je Hektar um die Hälfte.

Ökolandbau & Schutz von Boden und Trinkwasser

Chemisch-synthetische Pestizide und Düngemittel, wie sie in der konventionellen Landwirtschaft zum Einsatz kommen, belasten unsere Böden und das Trinkwasser immer stärker durch eine Vielzahl an schädlichen Stoffen bzw. deren Abbauprodukte, wie beispielsweise Nitrat. Der Biolandbau setzt hingegen komplett auf schadstofffreien und natürlichen Pflanzenschutz. Je mehr Flächen ökologisch bewirtschaftet werden, desto weniger werden Böden und Trinkwasser belastet.

Die Förderung des Wasserschutzes mittels Ökolandbau ist daher auch ein Kriterium der Bio-Mineralwasserzertifizierung, wie sie die Neumarkter Lammsbräu für ihr BioKristall erhalten hat:

*„Das Unternehmen fördert systematisch Wasserschutz durch ökologischen Landbau. Dazu ist innerhalb eines Jahres nach der Erstzertifizierung als Bio-Mineralwasser eine Bestandsaufnahme der Landbewirtschaftung im bisher bekannten Einzugsgebiet der anerkannten Quelle vorzulegen und der Anteil ökologisch bewirtschafteter Fläche festzustellen.“**

Da das Quelleinzugsgebiet der Neumarkter Lammsbräu im innerstädtischen Gebiet liegt, ist unser Bestreben die Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes. Der ökologische Landbau spielt hier eine eher untergeordnete Rolle.

*Quelle: Richtlinien-Katalog für Bio-Mineralwasser, Stand Juni 2017.

Ökoprodukte sind MEHRWERT



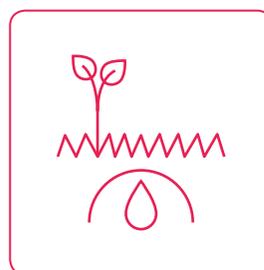
Florian Gäck, Landwirt

“ Im ökologischen Landbau werden nicht nur Produkte erzeugt, sondern auch eine Vielzahl von Leistungen für die Umwelt erbracht. Beispielsweise für das Grundwasser, wobei hier lediglich über die Qualität und den Preis je m³ zu lesen ist.

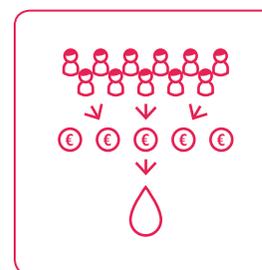
Dass die Qualität und der Preis auch mit dem ökologischen Landbau zusammenhängen, ist auf den ersten Blick nicht ersichtlich.

Da die Bewirtschaftung der Flächen sehr großen Einfluss auf die Qualität des Rohwassers hat, wird z.B. in den Wasserschutzgebieten der Stadtwerke München der Ökolandbau gefördert, um die ausgezeichnete Qualität unseres Grundwassers dauerhaft zu erhalten.

Teure Aufbereitungsanlagen zur Sicherstellung der Qualität sind durch den Ökolandbau hier nicht nötig und müssen auch nicht auf die Allgemeinheit über den Wasserpreis umgelegt werden. “



jede Ökofläche = Grundwasserschutzgebiet



Kosten für die Rohwasseraufbereitung werden von der Allgemeinheit getragen



Kaufen Sie regionale Ökoprodukte, dann können Sie Ihre Umgebung positiv mit beeinflussen

Ökolandbau & Erhalt der Artenvielfalt

Wissenschaftliche Studien belegen immer wieder, dass der Biolandbau erheblich auf den Erhalt unserer Biodiversität einzahlt. Ökologisch bestellte Felder und Wiesen bieten etwa 30 Prozent mehr Vogel-, Insekten- oder Wildkrautarten dauerhaft eine Heimat. Gründe hierfür sind der Verzicht der Bauern auf chemische Pestizide, häufige Fruchtwechsel auf ihren Flächen oder der aktive Erhalt kleinräumiger Biotope wie Hecken oder Feldraine – im Gegensatz zu einer Bepflanzung bis an den äußersten Rand des Ackers. Der Biolandbau bevorzugt zudem ältere, besser an die lokalen Bedingungen angepasste und damit robustere Pflanzensorten und Tierrassen, die allmählich von den neuen Hochleistungszüchtungen verdrängt werden. Der Erhalt der Arten ist demnach für die Neumarkter Lammsbräu von großer Bedeutung, da das Zusammenspiel der Arten die Basis für die eigene Getränkeproduktion darstellt.

3.3**Engagement für Bio-Standards**

Der Bio-Pionier möchte nicht nur Vorbild für andere Unternehmen sein, sondern auch die Bio-Lebensmittelbranche als solche weiter voranbringen. Dazu gehört neben der Förderung des Ökolandbaus ein Engagement für die Etablierung von verlässlichen Standards und Siegeln für Lebensmittel in Bio-Qualität.

Verein Qualitätsgemeinschaft Biomineralewasser e.V.

Dr. Franz Ehrnsperger gab den Anstoß für dessen Gründung 2008. Erklärtes Ziel der Qualitätsgemeinschaft ist

es, Mitstreiter im Kampf um die Erhaltung unserer Lebensbedingungen zu finden und das privatwirtschaftliche Siegel weiter zu verbreiten (siehe Kap. 2.5).

Bayerisches Bio-Siegel

Die Neumarkter Lammsbräu zählte zu den ersten Unternehmen, die das vom bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten ins Leben gerufene bayerische Bio-Siegel anwenden.



„Wir setzen damit ein Zeichen, um auch hier andere Hersteller zu motivieren, sich für Regionalität & Bio einzusetzen sowie dem Verbraucher auf einfache Art und Weise mit einem Siegel zu kommunizieren, was er kauft: ein biologisches und regional angebautes Produkt.“

Susanne Horn

GESCHÄFTSLEITUNG
DER NEUMARKTER LAMMSBRÄU

Mehr zum Thema Bio-Standards in Kapitel 2.4.3:
➔ Seite 33

3.4 Klimaschutzstrategie

3.4.1 CO₂e reduzieren

Der Klimawandel ist eine der größten Bedrohungen für die Menschheit – Wetterkatastrophen und ein Abschmelzen der Polkappen sind nur zwei der desaströsen Folgen. Treibhausgase, allen voran CO₂e, zählen dabei zu den Hauptverursachern.

Daher steht nicht erst seit dem Pariser Abkommen 2015 das Einsparen von Treibhausgasemissionen, allen voran Kohlendioxidausstoßen, ganz oben auf der Agenda der Neumarkter Lammsbräu.

Bereits 2013 hat das Unternehmen mit Wissenschaftlern der Universität Augsburg eine umfassende Klimaschutzstrategie entwickelt: **Bis 2025 sollen jedes Jahr durchschnittlich sechs Prozent der im direkten Einflussbereich befindlichen CO₂e-Emissionen (Scope 1 und 2) gegenüber dem Vorjahr vermieden werden (ohne Kompensationsmaßnahmen). Dies entspricht etwa einer Emissionsreduzierung von rund 11.500 t CO₂e.** Alle verbleibenden Emissionen sollen in einem letzten Schritt durch CO₂e-Kompensationszertifikate neutralisiert werden (siehe Abb. 3.3).

Um eine entsprechende Datenbasis zu schaffen, wurde in diesem Zusammenhang für das Basisjahr 2012 ein gesamtunternehmerischer CO₂e-Fußabdruck erstellt (Corporate Carbon Footprint – CCF).

Eine solche Analyse hilft, die Bereiche im Unternehmen bzw. der Lieferkette zu identifizieren, die die größten Einsparpotentiale bieten. Bei der Neumarkter Lammsbräu umfasst dies die Rohstoffbeschaffung

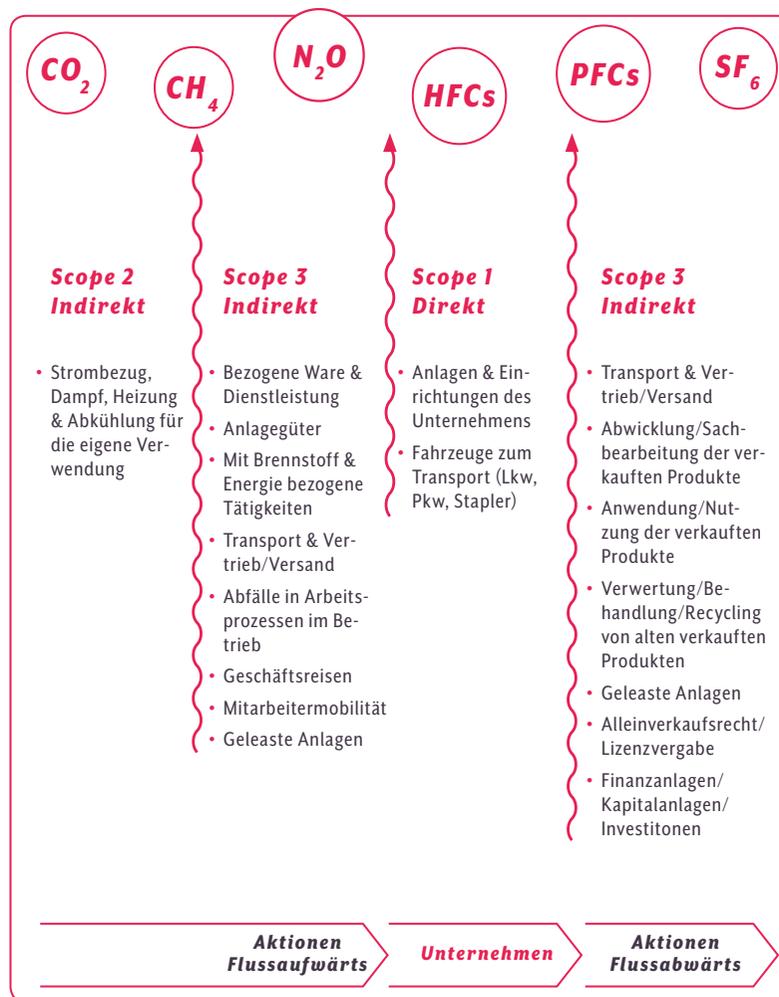


Abb. 3.2: Scope 1 bis 3-Erfassung der THG-Emissionen*

von Braugetreide, Hopfen und Limonadenrohstoffen sowie alle innerbetrieblichen Produktionsprozesse (Scope 1 & 2 und anteilig Scope 3).



Ziel 13. Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.

GLOSSAR

Pariser Abkommen

Am 12. Dezember 2015 wurde in Paris Klima-Geschichte geschrieben: Auf der internationalen Klimakonferenz haben sich 175 Staaten zum Ziel bekannt, die globale Erwärmung auf deutlich unter 2 Grad, wenn möglich auf 1,5 Grad zu begrenzen. Dazu wollen die Staaten in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts treibhausgasneutral werden.

CO₂e

Neben CO₂ gibt es weitere Treibhausgase wie Methan oder Lachgas. Die negativen Effekte auf den Treibhauseffekt sind jedoch bezogen auf ihr Gewicht von Gas zu Gas unterschiedlich. Daher werden diese entsprechend ihrer Klimawirksamkeit in CO₂-Äquivalente umgerechnet (CO₂e) um eine einheitliche Messgröße für Treibhausgase zu erhalten.

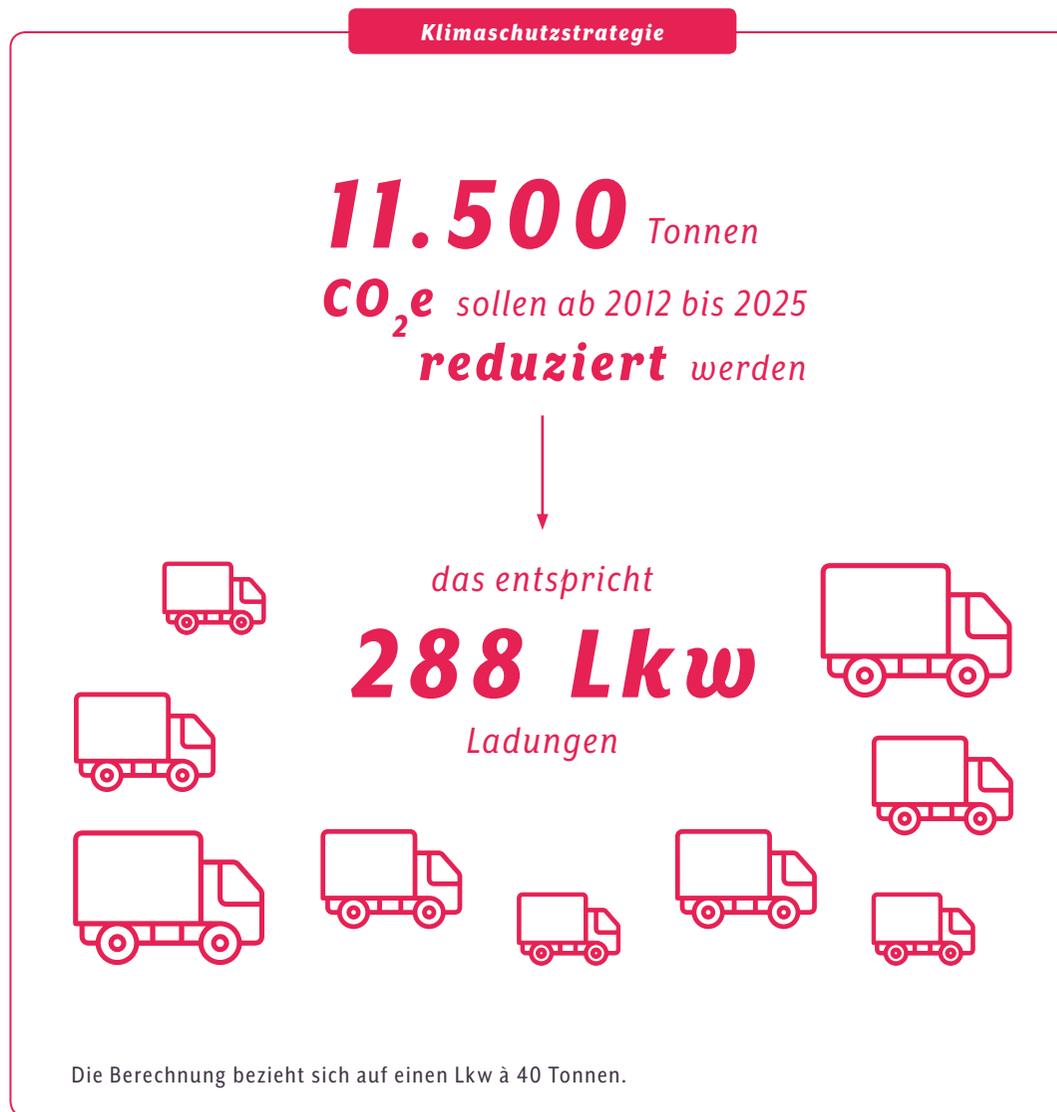
*Quelle: World Resources Institute and World Business Council for Sustainable Development (2011). GHG Protocol, Corporate Value Chain. A corporate Accounting and Reporting Standard, Revised Edition.

Um das ambitionierte Ziel, trotz kontinuierlichen Wachstums der Brauerei, zu erreichen, erfordert dies exakt aufeinander abgestimmte kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen, die an den jährlich wachsenden Getränkeabsatz anzupassen sind. Vor allem die Maßnahmen zur Vermeidung und Reduktion von Treibhausgasen am Betriebsstandort sollen schrittweise ausgeweitet werden und besitzen innerhalb der [Klimaschutzstrategie](#) oberste Priorität. So investiert die Neumarkter Lammsbräu bis 2025 kontinuierlich in den Einsatz effizienterer Technologien, in die mittel- bis langfristige Umstellung der Energieträger zur Deckung des Wärmebedarfes sowie in die Umrüstung in einen komplett ökologisch ausgerichteten Fuhrpark.

Durch diese Modernisierungsmaßnahmen werden CO₂e-Emissionen kontinuierlich vermieden bzw. reduziert. Alle nicht vermeidbaren CO₂e-Emissionen in 2016 kompensiert die Neumarkter Lammsbräu durch das Projekt TOGO. Dadurch kann in den Bereichen Scope 1 und 2, wie in den letzten Jahren seit 2014, Klimaneutralität erreicht werden.

Fazit

Die Neumarkter Lammsbräu hat sich somit bewusst entschieden, die in ihrem direkten Einflussbereich befindlichen CO₂e-Emissionen (Scope 1 und 2), für die sie im Wesentlichen die volle Verantwortung trägt, sukzessive zu vermeiden, zu reduzieren sowie die verbleibenden Emissionen in einem letzten Schritt durch CO₂e-Kompensationszertifikate zu neutralisieren.



Mehr zum Thema Emissionen in Kapitel 6.3.5: [Seite 97 ff](#)

Abb. 3.3: Klimaschutzstrategie der Neumarkter Lammsbräu

3.4.2

**CO₂e kompensieren,
um Klimaneutralität zu erreichen**

Das Einsparen von Treibhausgasemissionen ist ein möglicher Weg, den Klimawandel aufzuhalten. Ein weiterer ist der der Kompensation entstandener Emissionen durch ein Klimaschutzprojekt, denn eine Getränke-Produktion ohne den Einsatz von Energie und die Entstehung von Kohlenstoffdioxid ist noch nicht denkbar.



© natureOffice GmbH

Klimaschutzprojekt in Togo

Deswegen hat sich die Neumarkter Lammsbräu 2014 entschieden, die innerbetrieblich anfallenden Treibhausgasemissionen durch ein von natureOffice GmbH entwickeltes Klimaschutzprojekt im westafrikanischen Togo zu kompensieren. Mithilfe der Kompensation arbeitet die Neumarkter Lammsbräu klimaneutral (bezogen auf Scope 1 & 2). Dabei werden fast 1.000 Hektar entwaldete und brachliegende Fläche mit zehn verschiedenen heimischen Bäumen wieder zu einem Naturwald aufgeforstet. Dieser Wald wird Erosionen eindämmen, das Mikroklima verbessern und einen Schutzraum bilden, in dem sich heimische Tiere und Pflanzen wieder ansiedeln. Nach Ablauf der Projektlaufzeit wird sich das Aufforstungsgebiet zu einem, nach togolesischem Forstrecht definierten, „etablierten Wald“ entwickelt haben, der gesetzlich vor Abholzung geschützt ist und sich schließlich selbst überlassen werden soll. Zwischen den Forstkulturen wurden Flächen für den Garten- und Ackerbau geschaffen, wodurch das Projekt auch die örtliche Infrastruktur stärkt und zur Selbstversorgung der Menschen beiträgt.

Im Zeitraum von 2014 bis 2017 wurden insgesamt 36,1 ha Land mit 27.100 Bäumen aufgeforstet und neue, sozialverträgliche Arbeitsplätze geschaffen.

Mit dem Geld, welches das Togo-Projekt durch die Zusammenarbeit mit der Neumarkter Lammsbräu eingenommen hat, konnte zudem 2015 ein Brunnen für die Anwohner errichtet werden. Die Wasserinfrastruktur

zu verbessern und die Frischwasserversorgung zu garantieren, entspricht voll und ganz den Werten der Neumarkter Lammsbräu, nämlich Trinkwasser als wichtigstes Lebensmittel zu erhalten. Damit erfüllt die Brauerei gleichzeitig auch das im Rahmen der Bio-Mineralwasserrichtlinie selbst gesteckte Ziel, sowohl Wasserprojekte in der Heimat als auch in Entwicklungsländern zu fördern.

Verein Bergwaldprojekt e.V.

Weil die Neumarkter Lammsbräu sich stets auch in der Region bzw. in Bayern für den Klimaschutz engagiert, gibt es ein zweites Kompensationsprojekt, bei dem das Unternehmen mit dem Verein Bergwaldprojekt zusammenarbeitet. Im Rahmen der Kooperation wurden insgesamt 318 Buchen an Alpenhängen in Burglengelfeld sowie 182 Buchen in der Region Hainberg/Fürth gepflanzt, mit dem Ziel Bergwälder und Kulturlandschaften zu erhalten.

GLOSSAR

CO₂e-Kompensation

CO₂e-Emissionen, die an einem Ort in die Luft gelangen, werden an einer anderen Stelle eingespart. Diesen Vorgang nennt man CO₂e-Kompensation. Denn: Für das Klima spielt es – im Gegensatz zur Luftverschmutzung – keine Rolle, wo Treibhausgase in die Atmosphäre gelangen und wo sie reduziert werden. Wichtig ist, dass die weltweiten Emissionen in der Summe abnehmen. Privatpersonen und Unternehmen kompensieren ihre CO₂e-Emissionen z.B., indem sie in erneuerbare Energien, energieeffiziente Technologien oder Klimaschutzprojekte investieren.

3.5

Naturschutz-Projekte der Neumarkter Lammsbräu

Neben Natur- und Klimaschutz durch die Förderung biologischen Landbaus, der Etablierung von Bio-Standards und mittels der eigens formulierten Klimaschutzstrategie, setzt sich das Unternehmen auch durch die langfristige Unterstützung ausgewählter Naturschutz-Projekte für den Erhalt der Biodiversität ein. Dieses Thema wurde im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse von mehreren Stakeholdern eingebracht: zum einen vom Verband der AÖL und zum anderen seitens weiterer Kooperationspartner und Unternehmen aus der Region. Der Schutz der Artenvielfalt ist ein wesentliches Thema, dem sich die Bio-Brauerei bereits seit vielen Jahren widmet und die Umsetzung von Maßnahmen und Projekten aktiv vorantreibt.

An diesen Projekten misst sich die Neumarkter Lammsbräu, denn auf andere Art und Weise ist der Erhalt von Artenvielfalt derzeit nicht sinnvoll messbar. Ein passender GRI-Indikator ließ sich nicht finden. Es wird allerdings mit Hilfe der Ergebnisse aus einem Forschungsprojekt (siehe Kap. 6.3.6) daran gearbeitet, zukünftig messbare Indikatoren zu nutzen. Weitere Ziele, siehe Kap. 7.

Zum Großteil wurden alle nachfolgend beschriebenen Projekte selbst vom Bio-Pionier initiiert, ideell unterstützt und/oder finanziert. Ein herausragendes Engagement, das 2017 sogar mit dem deutschen CSR-Preis honoriert wurde.

Kulturlandpläne & naturkundliche Spaziergänge

Seit 2010 unterstützt die Neumarkter Lammsbräu alljährlich zwei ihrer EZÖB-Mitglieder bei der Aufstellung und Durchführung eines Kulturlandplans. Dabei han-

delt es sich um einen ganz individuellen, auf den jeweiligen Landwirt und dessen Hof zugeschnittenen und auf mehrere Jahre angelegten Naturschutzplan, bei dem anhand eines Ampelsystems die Ist-Situation bewertet wird und je nach Ergebnis daraus Maßnahmen und Strategien zum Erhalt der Artenvielfalt abgeleitet werden, wie bspw. das Anlegen eines Blühstreifens. Die konkrete Umsetzung wird dabei von einer Bioland-Fachberaterin unterstützt. Diese analysiert dafür die Hofsituation und unterstützt die Landwirte mit ihrem Fachwissen bei der Festlegung und Umsetzung konkreter Maßnahmen und Strategien. Nach zwei Jahren durchläuft jeder Kulturlandplan zudem ein Review, um Fortschritte und Umsetzungsgrad des Plans festzustellen. Dieses Review soll künftig noch detaillierter dokumentiert werden.

Regelmäßig lädt die Neumarkter Lammsbräu die Öffentlichkeit dazu ein, die im Rahmen der Kulturlandpläne umgesetzten Maßnahmen bei geführten naturkundlichen Spaziergängen zu erleben. Einschließlich 2017 konnten bislang 16 Kulturlandpläne umgesetzt werden.

Das Comeback der Ackerwildkräuter

Das Blau der Kornblume oder die leuchtend roten Blüten des Klatschmohns – solche Farbtupfer auf den Äckern sind durch die konventionelle Landwirtschaft rar geworden. Die zunehmende Verarmung der Ackerwildkrautvegetation beeinträchtigt immer stärker die Agrarökosysteme: Es fehlt an Pollen, Nektar und Samen für Insekten und Vögel. Dies möchte die Neumarkter Lammsbräu als Bio-Pionier ändern und beteiligte sich auch 2017 an mehreren Projekten zur Wiederansiedelung von Ackerwildkräutern. Mit Unterstützung der Heinz-Sielmann-Stiftung wurde zum Beispiel die Vermehrung von Acker-Hahnenfuß oder Großem Frauenspiegel auf den Feldern des EZÖB-Mitglieds Konrad Samberger in Pilsach fortgesetzt. Zu-



dem ist die Neumarkter Lammsbräu seit Herbst 2017 am Projekt „Ackerwildkräuter erhalten und fördern mit Biobauern in Bayern“ beteiligt.

Weiterbildung zum Bodenpraktiker

Fruchtbare Böden sind die Grundausrüstung eines jeden landwirtschaftlichen Betriebes – was man tun kann, um diese wertvolle Ressource zu erhalten, lernen konventionelle Landwirte bei der Weiterbildung zum Bodenpraktiker. Dort erfahren die Teilnehmer von Praktikern, Beratern und Bodenexperten, wie das natürliche Zusammenspiel zwischen Bodenleben und Bodenfruchtbarkeit funktioniert. Die Neumarkter Lammsbräu fördert die von Bioland durchgeführten Kurse durch Zuschüsse.



Ziel 15. Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Boden-degradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.

Mehr zum Thema Biodiversität in Kapitel 6.3.6 und 7.1:
[↗ Seite 102](#)
[↗ Seite 109 ff](#)



Erhalt regionaler Streuwiesen

Streuwiesen zeichnen sich durch eine besonders hohe Biodiversität aus. Deshalb setzt sich die Neumarkter Lammsbräu für deren Erhalt in ihrer Heimatregion ein. So pflegen die Mitarbeiter eine unternehmenseigene Streuwiese. Die Einnahmen aus den Brauereiführungen (ergänzt um einen Eigenanteil) gehen zudem seit Jahren an den Landschaftspflegeverband Neumarkt, um die Renaturierung alter Streuwiesen finanziell zu fördern.

↗Unternehmerstammtisch „Biodiversität“

Seit 2012 besteht der Neumarkter Unternehmerstammtisch Biodiversität, ins Leben gerufen durch Lammsbräu-Inhaber Dr. Franz Ehrnsperger. Dabei tauschen sich regionale Unternehmer in regelmäßigen Treffen zum Thema Artenvielfalt aus und präsentieren unter anderem eigene, umgesetzte Projekte.

Artenvielfalt am Unternehmensstandort

Biodiversität hautnah – getreu diesem Motto gestaltete die Neumarkter Lammsbräu im Laufe des vergangenen

Jahres ihre Außenanlagen um. Dabei entstand ein natürlicher Steingarten, der aus zwei Teilen besteht. Ein Teil der Anlage ist von der Straße aus für die Öffentlichkeit zugänglich und mit Bäumen und Blühwiese sowie mit verschiedenen Ackerwildkräutern bepflanzt. Der andere Teil ist auf dem Brauereigelände und dient unter anderem als Brotzeitplatz für Mitarbeiter. Dort soll zukünftig auch ein Insektenhotel entstehen und in der Nähe sollen Nistkästen für Mauersegler angebracht werden. Um die unterschiedlichen Aspekte der Artenvielfalt Interessierten näherzubringen, wurden unterstützend Schautafeln angebracht.

„Wasser on...s'cooltour“

Wasser ist Leben: Mit dem Bildungsprojekt „Wasser on...s'cooltour“ bringt die Neumarkter Lammsbräu Kindern und Jugendlichen die Wichtigkeit und das Wissen, die Wertschätzung und die Liebe für die Ressource Wasser auf altersgerechte Weise näher. Diese Aufklärungsarbeit spielt auch bei Kinderbrauereibesichtigungen eine wichtige Rolle, wo die Thematik sehr im Fokus liegt.

Bildungsprojekt „Boden begreifen“

Beim Schülerprojekt von Slow Food und dem Landschaftspflegeverband Neumarkt lernen Viert- bis Achtklässler auf spielerische Art und Weise den faszinierenden Lebensraum Boden und seine Schutzbedürftigkeit sowie dessen komplexes Zusammenspiel mit Umwelt und Klima kennen. 2017 nahmen insgesamt 30 Schulklassen teil. Auch 2018 stehen Veranstaltungen auf dem Programm. Die Neumarkter Lammsbräu ist sowohl fachlicher als auch finanzieller Partner.

↗Biodiversity in good Company

Seit Frühjahr 2015 ist die Neumarkter Lammsbräu Mitglied im internationalen Netzwerk „Biodiversity in Good Company“. Im Austausch mit anderen Unternehmen wird die Integration von Biodiversität ins betriebliche Nachhaltigkeitsmanagement diskutiert und vorangetrieben. Dafür werden Handlungsmöglichkeiten praxisnah aufgezeigt und mittels Öffentlichkeitsarbeit an weitere Akteure der Wirtschaft herangetragen.

3.6

Für die Region

Die Neumarkter Lammsbräu ist ein fest an ihrem Standort verwurzelt Familienunternehmen. Die Region wirtschaftlich zu stärken, das Miteinander der Menschen zu fördern und das kulturelle Leben zu bereichern, liegen dem Unternehmen und der Inhabersfamilie Ehrnsperger seit jeher am Herzen. Dies geschieht auf eine sehr vielfältige Art und Weise – wie anhand ausgewählter Beispiele näher dargestellt wird:

➤ Arbeitskreis „Nachhaltige Mobilität“

Seit 2012 tauschen sich Unternehmer aus dem Neumarkter Landkreis regelmäßig zu nachhaltigen Antriebstechnologien aus. Ziel ist der Informationsaustausch zu den besten Technologien hinsichtlich des Marktreifegrades sowie der ökologischen und ökonomischen Auswirkungen.



© Katharina Schertler (Bioland)

➤ Arbeitskreis Neumarkt blüht

Der 2017 ins Leben gerufene Arbeitskreis vereint verschiedene Akteure der Stadt Neumarkt: vom Imkerverein über den Landesbund für Vogelschutz bis hin zu Unternehmen wie der Neumarkter Lammsbräu. Ziel dieses Netzwerkes ist es, mit gemeinsam gebündelten Kompetenzen Blühflächen im Stadtgebiet Neumarkt sowie darüber hinaus zu schaffen und Menschen dafür zu sensibilisieren und Interesse zu wecken. Auf Initiative der Öko-Modellregion Neumarkt fanden bereits verschiedene Treffen statt, um Ideen zu schmieden und Maßnahmen in Umsetzung zu bringen.

Der Neumarkter Lammsbräu Nachhaltigkeitspreis

Seit 2002 verleiht die Neumarkter Lammsbräu jedes Jahr ihren Nachhaltigkeitspreis. In insgesamt fünf Kategorien rückt die deutschlandweit renommierte Auszeichnung Menschen und Macher in den Vordergrund, die durch ihr eigenes Engagement den nachhaltigen Wandel in unserer Gesellschaft anstoßen und weiter voranbringen. Die alljährliche Preisgala in Neumarkt hat sich dabei als feste Netzwerkplattform rund um das Thema Nachhaltigkeit etabliert, die Vordenker und Visionäre der Nachhaltigkeit in der Stadt versammelt.



Kulturförderverein K3

Die Förderung der regionalen und lokalen Kunstszene – das ist das Ziel des Neumarkter Kulturfördervereins K3. Von Kabarett, über Konzerte bis hin zu Ausstellungen reicht das Programm, das erheblich zur Lebensqualität und Attraktivität der Stadt beiträgt. Die Neumarkter Lammsbräu unterstützt die Aktivitäten des Kulturvereins über die Generalbevollmächtigte Susanne Horn, die sich als Vorsitzende des Fördervereins engagiert.

Gemeinsam Traditionen feiern

Die Neumarkter Lammsbräu stärkt das kulturelle Leben in Neumarkt nicht nur durch die Mitgliedschaft im Kulturförderverein, sondern auch unmittelbar als (Mit)Veranstalter von beliebten Festivitäten. So lädt das Familienunternehmen alljährlich im März zu seiner Hüttengaudi in die Neumarkter Jurahalle. Ebenso ein fester Bestandteil im kulturellen Kalender ist das Erntedankfest des Unternehmens im Oktober. Ein ganzes Wochenende lang sorgt ein buntes Programm mit Brauereiführungen, einem Handwerkermarkt, Auftritten von Naturpädagogen, Kabarettkünstlern und Bands für Unterhaltung bei Groß und Klein. Natürlich ist die Neumarkter Lammsbräu auch am Volksfest der Stadt beteiligt. Im regelmäßigen Turnus mit den beiden

weiteren lokalen Brauereien braut das Unternehmen das Festbier ein. Zudem bereichern Geschäftsführung und Mitarbeiter in Tracht jedes Jahr den Volksfestzug durch die Stadt.

Stärkung der regionalen Wirtschaft

Nachhaltige und möglichst lokale Beschaffung – bei der Neumarkter Lammsbräu gilt diese Maßgabe für alle Prozessbereiche des Unternehmens.

Auch jenseits der Rohstoffe für die Produkte, greift die Neumarkter Lammsbräu so weit möglich auf lokal und regional ansässige Lieferanten und Unternehmen zurück. Bei allen Baumaßnahmen im Unternehmen werden beispielsweise Handwerks- und Baubetriebe aus

und um Neumarkt engagiert. Das stärkt die regionalen Wirtschaftskreisläufe und zudem zahlen die kurzen Transport- und Anfahrtswege positiv auf den Klimaschutz ein.

Ermittelt wird jährlich, wie viel Prozent des Gesamtbudgets, das dem Einkauf zur Verfügung steht, für lokale Lieferanten (alle Waren und Dienstleistungen, inklusive der Rohstoffe) ausgegeben wird. Für 2017 betrug dieser lokale Anteil 55,07 Prozent (bezogen auf den Euro-Wert). Dabei belaufen sich anteilig vom Gesamtbudget 11,9 Prozent auf die regionale Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB). Als „lokal“ bezeichnet die Neumarkter Lammsbräu einen Radius von 100 km um das Unternehmen herum.



3.7

Gemeinsam stärker: Netzwerke und Partnerschaften

Um einen gesellschaftlichen Einfluss nehmen zu können, sind Netzwerke und Partnerschaften in vielen Bereichen absolute Voraussetzung. Die Neumarkter Lammsbräu engagiert sich in zahlreichen Unternehmensinitiativen, aber auch in verschiedenen ehrenamtlichen und sozialen Netzwerken, um auch auf diesem Weg ihre nachhaltigen Themen voranzutreiben.



Ziel 17. Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen.

A

Arbeitskreis nachhaltige Mobilität

Arbeitskreis Mehrweg

Arbeitskreis Neumarkt blüht

AöL (Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller)

B

B.A.U.M (Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V.)

Bayerischer Brauerbund

Bioland (Herstellerbeirat)

Biodiversity in good Company

BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren – Herstellung und Handel e.V.)

BÖLW (Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft)

Brücke e.V.

BUND/BN (Bund Naturschutz)

C

CAH (Christliche Arbeiterhilfe Neumarkt)

D

Deutsche Zöliakiegesellschaft

F

Förderverein „Haus der Jugend, Bildung und Kultur“

Freie Brauer

Freunde des Umweltzentrums Wiesenhofen

I

IHK (Industrie- und Handelskammer) Regensburg

Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel

K

Klimaschutz - Unternehmen e.V.

L

Lokale Agenda 21-Bewegung

LBV (Landesbund für Vogelschutz)

LPV (Landschaftspflegeverband Neumarkt)

LVÖ (Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern)

M

Metropolregion Nürnberg (Bio-Innung)

N

Naturland

Neumarkter Industriekreis (NMIK)

O

Ökomodellregion Landkreis Neumarkt

R

Regina GmbH

Regionales Ernährungsnetzwerk

S

SlowFood e.V.

U

Unternehmerstammtisch Biodiversität mit regionalen Unternehmen

UnternehmensGrün

V

Vegetarier Bund

Verband für unabhängige Gesundheitsberatung

W

Work Life Competence Netzwerk



KAPITEL

4

Mitarbeiter & Führung

Mitarbeiter & Führung

ÜBERBLICK

137 Mitarbeiter

51 Frauen ♀

und

86 Männer ♂



94% kommen aus der
Region Neumarkt

Mitarbeiter sind das **♥-Stück** der Brauerei



Vielfältiges

Gesundheitsprogramm

- ✓ Mit Bonuspunkten für ein gesundheitsbewusstes Leben
 - Darmkrebsvorsorge
 - Gesundheitskurse
 - professionelle Zahnreinigung usw.
- ✓ 33 % Teilnahmequote in 2017



Generationen vereinen

& Potentiale entfalten

- ✓ Faire Entlohnung
- ✓ Betriebliche Altersvorsorge
- ✓ Teilzeit-Modelle
- ✓ Gemischte Arbeitsgruppen
- ✓ Tätigkeit auf Aushilfsbasis oder Berater nach Beginn der Rente

4.1

Die Mitarbeiter als Herzstück der Brauerei

Die Brauerei beschäftigte 2017 insgesamt 137 feste Mitarbeiter, davon 51 weibliche und 86 männliche Personen (siehe Abb. 4.1). Zusätzlich wurden 8 freie Mitarbeiter beschäftigt, die hauptsächlich im Bereich Verkauf, aber auch in der Abteilung Marke & Kommunikation sowie der kaufmännischen Verwaltung im Einsatz sind. Da der Getränkeausstoß saisonal schwankt und in den Sommermonaten grundsätzlich höher ist, wurde zur Überbrückung der Urlaubszeit in den Sommermonaten 2017 zusätzlich ein Leiharbeiter in der Firma benötigt. Ebenfalls wird ganzjährig Personal über den sozialen Träger Brücke e.V. engagiert, um kleinere Hilfsjobs zu erledigen, wie bspw. um beim Standauf- und -abbau am Firmenlauf zu unterstützen.

Die Mitarbeiter sind das Fundament des gesamten Unternehmens und bilden damit eine der wichtigsten Stakeholdergruppen. Der fürsorgliche Umgang mit ihnen entspricht ganz dem Nachhaltigkeitskonzept der Brauerei. Den Mitarbeitern in der Brauerei ein „zweites Zuhause“ bieten – das ist das erklärte Ziel der Inhabersfamilie Ehrnsperger. Sie sollen sich wohlfühlen und gerne zur Arbeit kommen. „Erreicht wird dies durch eine fruchtbare Zusammenarbeit im Team, die durch Menschlichkeit, Fairness, Verantwortungsbewusstsein, Selbstverwirklichung und Eigenverantwortung geprägt ist“, so Dr. Franz Ehrnsperger über das gemeinsame Miteinander in der Brauerei. Das Leben der unternehmensinternen Werte bringt genau dies zum Ausdruck und trägt ebenfalls dazu bei, dass die Neumarkter Lammsbräu diesem Anspruch gerecht wird.

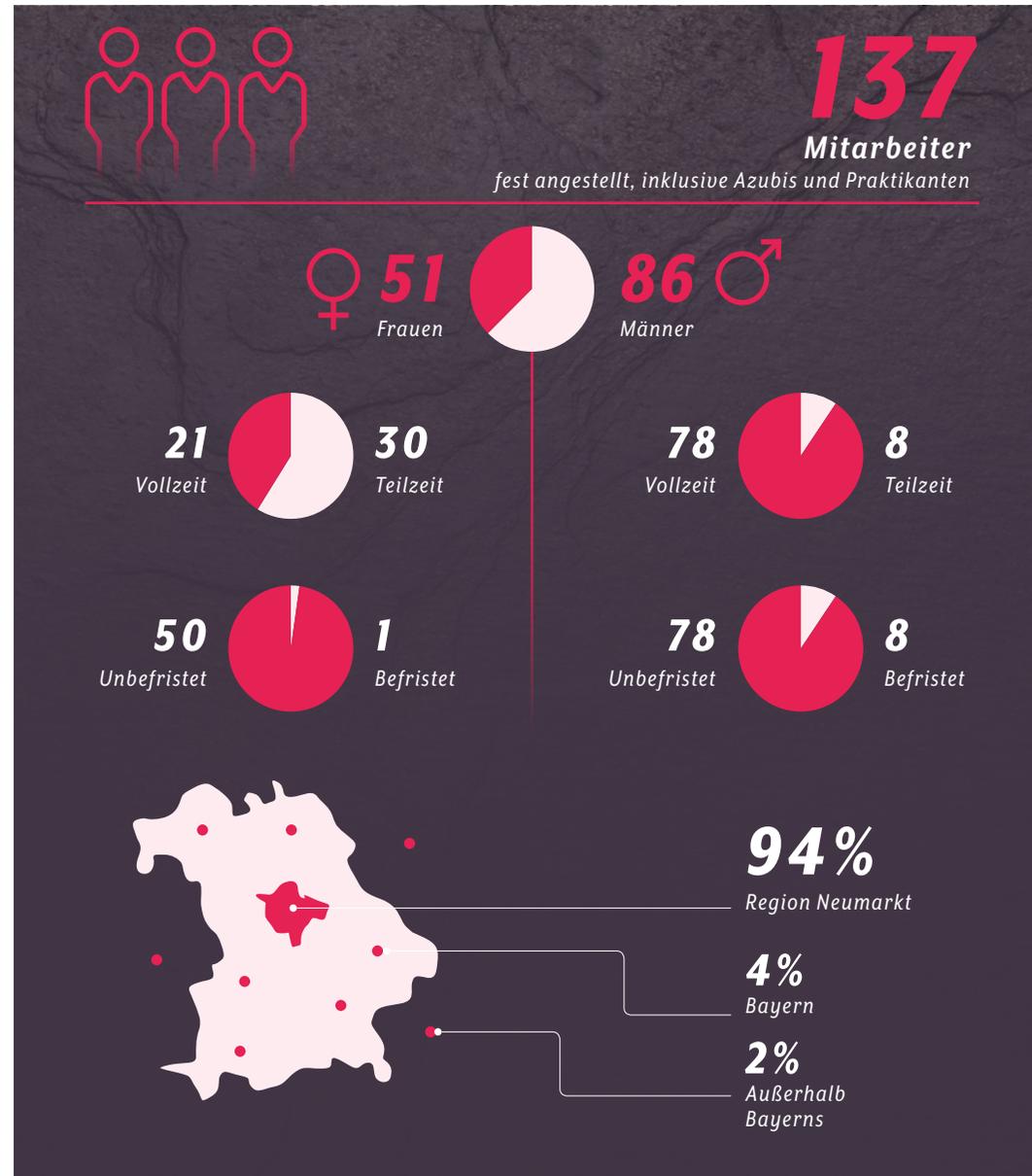


Abb. 4.1: Mitarbeiterstruktur und Regionalität (Wohnort); Mitarbeiteranzahl pro Kopf

Mehr zum Thema Unternehmenswerte in Kapitel 1.2.4: [Seite 17](#)

Die Neumarkter Lammsbräu möchte das betriebliche Miteinander so gestalten, dass die Mitarbeiter sich nicht nur als „Beschäftigte“, sondern als Menschen in ihrer Individualität respektiert und geachtet fühlen. Ziel ist eine langfristige Mitarbeiterbindung, um Fluktuation sowie Ausfallzeiten vorzubeugen. Die Zuständigkeit für alle Personalthemen ist im Prozess „kaufmännische Verwaltung“ verankert.

Es ist uns sehr wichtig, dass sich die Mitarbeiter als Menschen in ihrer Individualität respektiert und geachtet fühlen.

Um eigenverantwortliches Handeln bei den Mitarbeitern zu stärken, müssen sie den Sinn in ihrer Tätigkeit erkennen. Dies ist Aufgabe der Führungskräfte. Jeder Mitarbeiter soll – so gut wie möglich – instruiert sowie fachlich aus- und weitergebildet werden. Gleichzeitig versuchen die Führungskräfte, sich ganz persönlich um sie zu kümmern und individuelle Stärken und Schwächen zu berücksichtigen. Inwiefern das gelingt, wird durch bereits langjährig etablierte Instrumente überprüft, die sich hinsichtlich ihrer Eignung bewährt haben, aber natürlich immer wieder hinterfragt und an entsprechenden Stellen nachjustiert werden. Dazu gehören jährliche Mitarbeitergespräche mit jedem Mitarbeiter durch die Führungskräfte sowie Mitarbeiterzufriedenheitsbefragungen, die im zweijährlichen Rhythmus von einem externen Dienstleister durchgeführt und intern vom Nachhaltigkeitsmanagement organisiert werden, ebenfalls die EFQM-Selbstbewertung. Die Auswertungsergebnisse werden auf Führungsebene berücksichtigt, um bei Negativwerten Maßnahmen zur

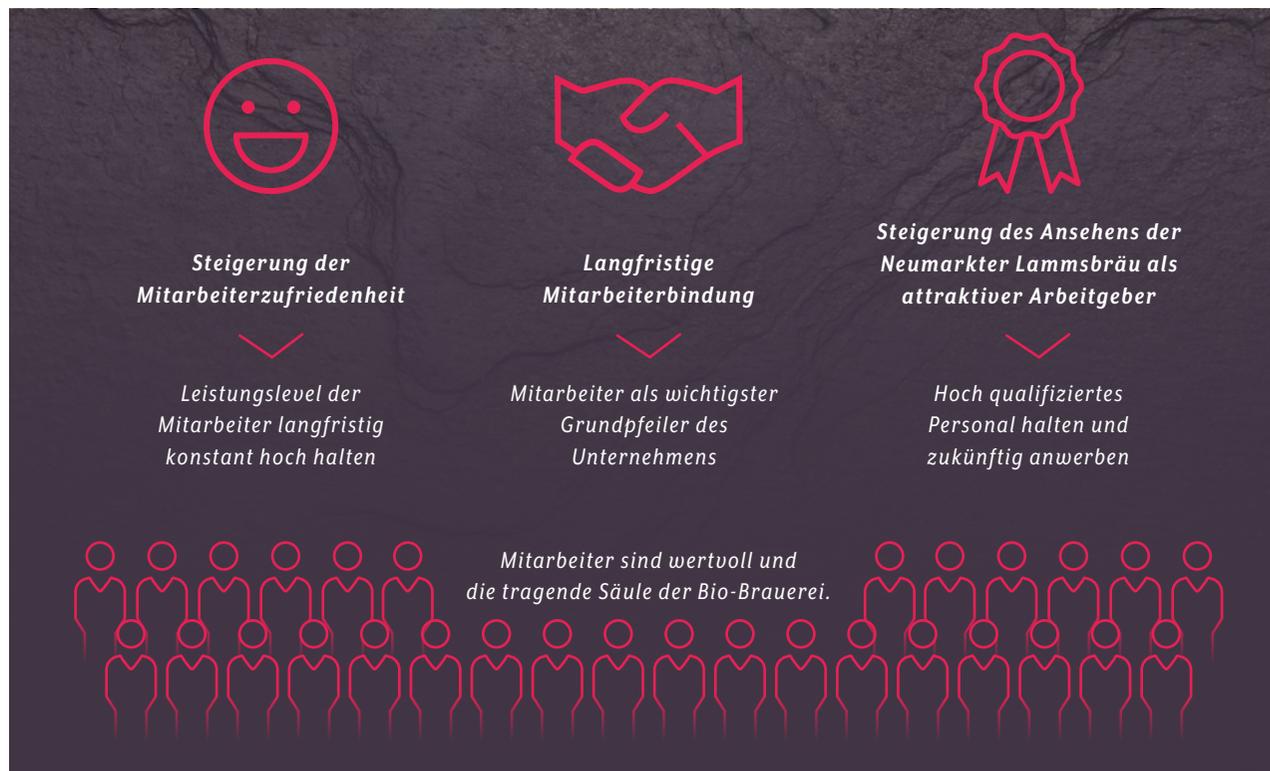


Abb. 4.2: Die drei großen Ziele der Neumarkter Lammsbräu im Bereich Mitarbeiter

Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit abzuleiten und in die Jahreszielpläne mit Maßnahmen der einzelnen Prozessbereiche zu integrieren.

Als ein weiteres neues Instrument soll zur Stärkung der Fürsorge und des Vertrauensverhältnisses zwischen Führungskraft und Mitarbeiter in 2018 eine Führungskräfteprechstunde eingerichtet werden. Dadurch haben die Mitarbeiter zusätzlich zum bereits beschriebenen Angebot die Möglichkeit, bei dringendem Bedarf individuelle Themen anzusprechen. Wird im Gespräch zwischen Mitarbeiter und Führungskraft keine Einigung

erzielt, kann im nächsten Schritt der Betriebsrat für Mitarbeiterbelange hinzugezogen werden.

Der Betriebsrat der Neumarkter Lammsbräu besteht aktuell aus fünf Personen. Er wird alle vier Jahre gewählt und bildet die Schnittstelle zwischen Belegschaft und Geschäftsleitung. Im Jahr 2018 wird die nächste Betriebsratswahl stattfinden. Für unsere Mitarbeiter gelten alle Tarifverträge des „Verbandes Private Brauereien Bayern“. Zusätzlich werden Betriebsvereinbarungen zwischen dem Betriebsrat (Arbeitnehmer) und der Neumarkter Lammsbräu (Arbeitgeber) geschlossen.



4.2

Führungsstil der Neumarkter Lammsbräu

Flache Hierarchien, kurze Wege und ein Miteinander auf Augenhöhe – bei manchen Unternehmen ein Wunsch, bei der Neumarkter Lammsbräu Wirklichkeit. Ein respektvoller Umgang mit den Mitarbeitern und verantwortungsbewusste Entscheidungen im Sinne der Nachhaltigkeit sind Teil des Neumarkter Lammsbräu Selbstverständnisses von Führung. Nur so lassen sich optimale Ergebnisse erzielen, die das Unternehmen voranbringen.

Selbstreflexion und stetiges Voneinanderlernen werden bei der Neumarkter Lammsbräu groß geschrieben, besonders gilt dies für Mitarbeiter in leitenden Positionen. In der täglichen Arbeit dienen regelmäßig aktualisierte Mitarbeiter- und Führungsgrundsätze als Richtlinien. Jeder Mitarbeiter kann sie im Intranet nachlesen.

Die Führungskräfte binden die Mitarbeiter gemäß ihren jeweiligen Kompetenzen ein – so wird das Verantwortungsgefühl der einzelnen Mitarbeiter gestärkt. In regelmäßig stattfindenden Jours fixes in den jeweiligen Prozessen können Meinungen und Verbesserungsvorschläge eingebracht werden. Dies schließt allerdings nicht aus, dass im Arbeitsalltag auch mitunter klare Arbeitsanweisungen erforderlich sind. Gerade dann spielt das respektvolle Miteinander eine große Rolle. Im jährlichen Mitarbeitergespräch mit der Führungskraft wird bei allen Voll- und Teilzeit-Mitarbeitern sowie jedem Auszubildenden (sprich die Belegschaft zu 100 Prozent, [siehe Abb. 4.1](#)) eine Leis-

tungsbeurteilung vorgenommen sowie über deren Karriereentwicklungsmöglichkeiten gesprochen.

2017 wurde das [Lammsbräu-Organigramm](#) inhaltlich und grafisch neu aufbereitet und zeigt übersichtlich die verschiedenen Führungsebenen und Verantwortungsbereiche auf. Ergänzend zu den darin abgebildeten Führungspositionen sind in bestimmten Teilbereichen noch zusätzlich Teamleiter eingesetzt. Sie bilden eine weitere Ebene zwischen Mitarbeiter und Führungskräften und sind ebenso wie Letztere befugt, in ihrem definierten Kompetenzbereich eigenverantwortlich zu führen und anzuleiten.

Als Spiegel der Bewertung in der Umsetzung werden die Mitarbeiterbefragung und Mitarbeitergespräche genutzt ([siehe Kap. 4.1](#)).

Mehr zum Thema Führung in Kapitel 1.2.5: [siehe Seite 17-18](#)

4.3

Das Leben in der Lammsbräu-Familie

Der persönliche und familiäre Umgang miteinander wird in der wertorientierten Neumarkter Lammsbräu stark gelebt. Mit einer Anzahl von 137 Mitarbeitern bewegt sich das Unternehmen noch in einer Größenordnung, in der jeder jeden kennt und man sich persönlich grüßt – und zum Geburtstag wird schon mal vom Geburtstagskind für die Kollegen Kuchen und Brotzeit ausgegeben. Diese kleinen Bräuche sorgen für ein Wohlfühlklima und stärken das persönliche Verhältnis der Kollegen. Das Miteinander wird seitens der Geschäftsleitung finanziell und organisatorisch unterstützt: Ob der zweimal jährlich stattfindende große Mitarbeiterausflug, gemeinsame Wanderausflüge oder ein Besuch der Biofach-Messe – gemeinsame Unternehmungen stärken das Gemeinschaftsgefühl und machen einen wichtigen Teil des Lammsbräu-Spirits aus.

All diese informellen Regeln und vielfältigen Besonderheiten des Zusammenarbeitens und -lebens beim Neumarkter Familienunternehmen sind im **Lammsbräu-Knigge** niedergeschrieben. Er dient Kollegen als Leitfaden im Umgang miteinander und hilft besonders neuen Mitarbeitern beim „Ankommen“.

Die Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung (Teilnahmequote: 67 Prozent) im Jahr 2017 hat bewiesen, dass sich die Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu wohlfühlen. Der Wert „persönlich“ hat sich hin zum Wert eines „fürsorglichen“ Miteinanders entwickelt. Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer (54 Prozent) fühlen sich im Unternehmen wie in einer Familie oder spüren einen guten Teamgeist.

Es wird in diesem Fall kein GRI-Indikator verwendet, sondern eine Bewertung der Mitarbeiterthemen anhand einer Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung vorgenommen. In der Vergangenheit wurde diese jährlich mit der gleichen Fragestellung durchgeführt. In 2017 dagegen hat das Unternehmen am Wettbewerb „Great Place to Work“ teilgenommen, der einen standardisierten Fragenkatalog beinhaltete, welcher nicht eins-zu-eins vergleichbar ist mit den Vorjahresfragen und Auswertungen. Die Befragung wird zukünftig im zweijährigen Turnus durchgeführt und eine Teilnahmequote von 80 Prozent angestrebt.

Die Schäffler-Tanzgruppe

Bereits seit fast 30 Jahren gehört der Tanz genauso fest zur Neumarkter Lammsbräu wie das Bier: Seit der Gründung 1990 durch Hemma Ehrnsperger (Gattin von Dr. Franz Ehrnsperger) ist die Schäffler-Tanzgruppe schon bei über 300 Veranstaltungen, wie Volksfesten und Kirchweihen, aufgetreten. Die Besonderheit: Nur männliche Brauereimitglieder sind im Sinne des Zunfttanzes der Fasshersteller, also der Schäffler, dabei.



4.4

Attraktiver Arbeitgeber

So flexibel wie möglich: Individuell zugeschnittene Arbeitszeitmodelle

Was macht ein Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber? Neben einer familiären Atmosphäre und guter Führung sind Zusatzleistungen wie das [Gesundheitsmanagement](#), das Angebot betrieblicher Altersvorsorge sowie flexible Arbeitszeitmodelle ein wesentlicher Faktor. Ob Vollzeit, Teilzeit oder Minijob – die Optionen für Mitarbeiter sind bei der Lammsbräu sehr vielfältig. Soweit der Arbeitsbereich es erlaubt, kann Mitarbeitern eine flexible Gestaltung der Arbeitszeit angeboten werden: Im Jahr 2017 arbeiteten so bereits 27 Prozent der Mitarbeiter in Teilzeit. Besonders für Eltern ist dies eine gute Möglichkeit, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen. Teilzeitmodelle und Homeoffice sind hier ebenso beliebt wie die Ferienbetreuung der Kinder.

Die Arbeitszeiterfassung bei der Neumarkter Lammsbräu ist je nach Unternehmensbereich verschieden ausgestaltet: Vertrieb und Führungskräfte sowie einige Mitarbeiter aus anderen Bereichen nach individueller Absprache sind von der Zeiterfassung ausgenommen, alle anderen Mitarbeiter erfassen täglich ihre Arbeitszeit.

Nachgefragt

Was macht für dich deine Arbeit bei der Neumarkter Lammsbräu so attraktiv?



Die Neumarkter Lammsbräu ist für mich ein attraktiver Arbeitgeber, weil ich mir meine Arbeitszeiten im Büro frei einteilen kann. Ich habe die Möglichkeit, im Home-Office zu arbeiten – so kann ich Beruf und Familie besser vereinbaren.

Mit meinen Kollegen habe ich ein sehr gutes Verhältnis, weshalb ich gerne bei der Arbeit bin. Ich weiß, dass ich mich zu 100 Prozent auf sie verlassen kann, wenn ich mal ihre Unterstützung benötige.

Jessica Orth

MARKE & KOMMUNIKATION
(Zurzeit in Elternzeit)

Mehr zum Thema
Betriebliches Gesundheitsmanagement:
[➔ Seite 62](#)

Arbeiten um zu leben: Faire Entlohnung

Chancengleichheit und faire Entlohnung sind der Neumarkter Lammsbräu wichtige Anliegen, zum einen aus Gerechtigkeitsgründen und zum anderen, damit jeder Mitarbeiter einen gewissen Lebensstandard anstreben und halten kann (→ siehe Unternehmenspolitik Kap.1.2.1).

Die Neumarkter Lammsbräu orientiert sich deshalb bei der Vergütung an der Tarifvereinbarung des mittelständischen bayerischen Braugewerbes und bietet ihren Mitarbeitern eine faire Vergütung entsprechend des Branchentarifs. Ungelernte Hilfskräfte erhalten die regional üblichen Lohnzahlungen, die deutlich über dem Mindestlohn liegen. Dabei gilt die Gleichstellung der Geschlechter: Männer und Frauen werden bei gleicher Qualifikation und Position auch gleich vergütet.

Darüber hinaus bezahlt die Brauerei bestimmten Bereichen einen Leistungslohn. Im Vertrieb erhalten Mitarbeiter eine prämiensorientierte Vergütung, wenn vereinbarte Ziele erreicht wurden.

Die Mitarbeiter erhalten zusätzlich zur tariflichen Bezahlung und dem unter Brauereien üblichen Haustrunk ein 13. Gehalt zu Weihnachten, zudem Urlaubsgeld. Ferner können eine betriebliche Altersvorsorge und ein Zuschuss für eine Krankenzusatzversicherung in Anspruch genommen werden.

Das sorgt für Zufriedenheit unter den Mitarbeitern: Laut der 2017 durchgeführten Mitarbeiterbefragung (Teilnahmequote: 67 Prozent) sind 55 Prozent der Meinung, dass sie angemessen bezahlt werden.

Bei der Arbeit auf Nummer sicher gehen:**Arbeitssicherheit**

Bei der Neumarkter Lammsbräu sind gleich mehrere Protagonisten dafür verantwortlich, sichere Bedingungen am Arbeitsplatz zu schaffen, um Arbeitsunfällen vorzubeugen.

Die Betriebsärztin

Sie ist zuständig für alle nötigen medizinischen Untersuchungen, führt regelmäßig Begehungen mit der Fachkraft für Arbeitssicherheit durch und achtet dabei insbesondere auf die Arbeitsplatz-Ergonomie. Sie bietet außerdem für die Mitarbeiter im Rahmen des Gesundheitsprogramms der Brauerei kostenlose freiwillige Cholesterin- und Blutzuckermessungen an.

Fachkraft für Arbeitssicherheit

Die Fachkraft für Arbeitssicherheit führt regelmäßig Begehungen im Betrieb durch, ebenso beurteilt sie in regelmäßigen Abständen mittels Gefährdungsbeurteilungen die Gefahren in den Prozessen/Arbeitsabläufen, dokumentiert diese und leitet mögliche Maßnahmen (T-O-P= Technisch, Organisatorisch, Persönlich) ab, die zur Verbesserung der Arbeitssicherheit dienen. Dabei wird speziell darauf geachtet, dass jeder Mitarbeiter die persönliche Schutzausrüstung (PSA) trägt. Dazu zählen unter anderem Handschuhe, Schutzbrillen und Gehörschutz.

Weitere mit dem Thema Arbeitssicherheit beauftragte Personen

Externe Brandschutzbeauftragte, Brandschutzhelfer (9 Prozent der gesamten Belegschaft), Sicherheitsbeauftragte (6 Personen aus dem Unternehmen, 2 Personen sind gesetzlich vorgeschrieben) und Ersthelfer (ca. 13 Prozent der gesamten Belegschaft, 10 Prozent gesetzlich vorgeschrieben).



Mehr zum Thema Chancengleichheit in Kapitel 1.2.1: → Seite 12

Im Arbeitssicherheitsausschuss erörtern die Geschäftsleitung, Betriebsratsmitglieder, die Fachkraft für Arbeitssicherheit, die Betriebsärztin, der Brandschutzbeauftragte sowie die Sicherheitsbeauftragten neue Maßnahmen für die Arbeitssicherheit. Durch diesen vorbeugenden Schutz blieb die Anzahl der meldepflichtigen Unfälle auch 2017 konstant niedrig: Es gab insgesamt nur acht Zwischenfälle. Die meldepflichtigen Unfälle setzten sich aus einem Verkehrsunfall (Wegeunfall) sowie Zerrungs-, Stauchungs- und Dehnungsverletzungen zusammen. Um diese Zahl noch weiter zu senken, hat die Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2018 gleich zu Beginn den Safety Day ins Leben gerufen. Im Rahmen dieses Aktionstages wurden die Mitarbeiter in der Ersten Hilfe, im Umgang mit der PSA und den Feuerlöschern geschult.

Gesund werden, gesund bleiben – das Gesundheitsmanagement

Über die reguläre medizinische Vorsorge hinaus geht das Gesundheitsmanagement der Neumarkter Lammsbräu mit den Zielen, die Mitarbeiter leistungsfähig und gesund zu halten, die Zufriedenheit weiter zu erhöhen und ein noch attraktiverer Arbeitgeber zu werden.

Bei der Teilnahme an verschiedenen Aktivitäten wie der Sportgruppe, dem Stadt- und Firmenlauf oder auch mit niedrigen Cholesterin- und Blutzuckerwerten können die Mitarbeiter Bonuspunkte sammeln und werden dafür finanziell belohnt. Wer mindestens 100 Punkte erreicht, erhält pro Punkt einen Euro. Die Obergrenze liegt bei 320 Punkten. 2017 haben 33 Prozent der gesamten Belegschaft dieses Programm wahrgenommen. Für die Maßnahme der Darmkrebsvorsorge wurde die Neumarkter Lammsbräu sogar mit dem Felix Burda Award ausgezeichnet (siehe auch Kapitel 1.1).

Darüber hinaus bietet die Neumarkter Lammsbräu Arbeitsplatzmassagen zu günstigen Mitarbeiterkonditionen an und fördert eine gesundheitsbewusste Lebensweise durch das Angebot von Bio-Äpfeln im Herbst/Winter sowie gegen einen kleinen Obulus Bio-Kaffee und -Tee das ganze Jahr über.

Das umfassende Vorsorgeangebot trägt dazu bei, dass die Mitarbeiter der Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2017 noch seltener krank zu Hause bleiben mussten, als im vorherigen Jahr: Die Krankenquote betrug 3,67 Prozent (siehe Abb. 4.3). Hier spielten insbesondere Operationen nach Freizeit- und Wegeunfällen und Kuren oder REHA-Maßnahmen eine Rolle für längere Abwesenheits-Zeiträume. Grippe-Infektionen betrafen viele Mitarbeiter, verursachten aber nur kurze Ausfälle.

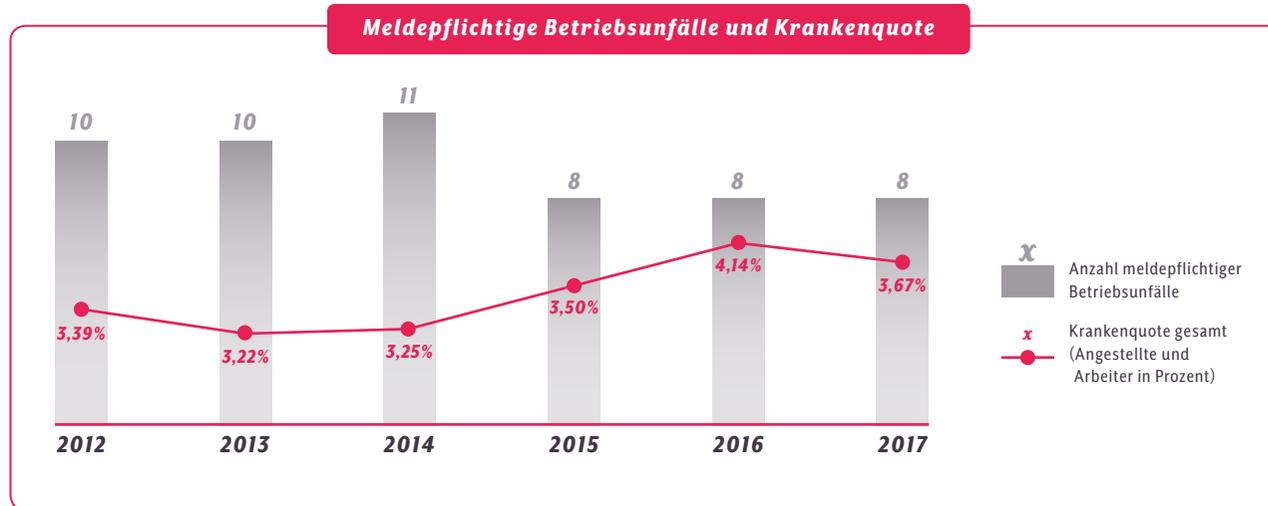


Abb. 4.3: Betriebsunfälle und Krankenquote bei der Neumarkter Lammsbräu

Das umfangreiche Gesundheitsangebot der Neumarkter Lammsbräu kommt auch tatsächlich bei den Mitarbeitern an. Denn 83 Prozent der Belegschaft sind mit dem Vorsorgeprogramm sehr zufrieden und finden, dass sie hilfreiche Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit erhalten (Ergebnis aus Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung 2017).

Im Jahr 2018 wird der Aktivitätenkatalog um weitere Maßnahmen erweitert. Zukünftig wird zum Beispiel die Teilnahme an externen sowie internen Veranstaltungen zur Gesundheitsbildung oder die Teilnahme an der Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ der AOK mit Bonuspunkten honoriert. Sowohl Arbeitssicherheit als auch Betriebliches Gesundheitsmanagement sind im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements angesiedelt.



Mehr zu den Auszeichnungen in Kapitel 1.1: [Seite 8](#)

4.5

Der demographische Wandel – Generationen vereinen & Mitarbeiterpotentiale entfalten

Die Bedürfnisse einer Generation Y und einer Generation „Babyboomer“ sind sehr unterschiedlich. Wie kann es gelingen, diese in Einklang zu bringen und den Erfahrungsreichtum dieser beiden Gruppen als Chance für das Unternehmen zu begreifen?

Um dieser Frage auf den Grund zu gehen, beschäftigen sich die Geschäftsleitung und alle Führungskräfte der Neumarkter Lammsbräu ausführlich mit dem demographischen Wandel und generationenspezifischen Themen. Das für 2018/2019 geplante Personalentwicklungskonzept soll darauf und hinsichtlich der Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten der Mitarbeiter Antworten geben.

Bereits jetzt werden gemischte Arbeitsgruppen aus Berufseinsteigern und erfahrenen Mitarbeitern der Brauerei gefördert. So nutzt das Unternehmen die wertvollen Synergien aus der Zusammenarbeit der Generationen. Besonders in den Prozessbereichen können die Kollegen mit längerer Berufserfahrung ihr Fach- und Erfahrungswissen an die jüngeren Mitarbeiter weitergeben. Neueinsteiger wiederum punkten mit ihrem frischen Blick und ihrem Wissen zu aktuellen Trends, wie bspw. der Digitalisierung.

Um die Arbeit besonders für die jüngeren Generationen abwechslungsreicher zu gestalten, bietet Job

Sharing eine interessante Möglichkeit. Mitarbeiter an verschiedenen Stationen der Produktion einzusetzen, bricht Routinen auf. Das bringt neue Motivation und sorgt für frischen Wind im Arbeitsalltag. 2017 wurde begonnen, die Voraussetzungen für dieses Arbeitsmodell zu schaffen: Mitarbeiter werden seitdem für den flexiblen Einsatz, zum Beispiel sowohl im Sudhaus als auch in der Mälzerei, qualifiziert. Ein Ziel für 2018 ist es, die Betriebsabläufe weiter dahingehend zu optimieren, dass der Arbeitsplatzwechsel noch reibungsloser abläuft.

Bei älteren Kollegen gibt es andere Anknüpfungspunkte: Wenn bspw. ein Bierfahrer gegen Ende seiner Lebensarbeitszeit nicht mehr schwer heben kann, wird durch individuelle Absprachen versucht dafür zu sorgen, dass er den Einsatzbereich wechseln und so trotzdem bis zur Rente im Unternehmen bleiben kann.

Beim Übergang vom Berufs- ins Ruhestandsleben bietet die Neumarkter Lammsbräu ihren langjährigen Kollegen einen stufenweisen Übergang an. Das bedeutet konkret, dass Mitarbeitern ermöglicht wird, ab einem individuell festgelegten Lebensalter ihre Stunden nach und nach zu reduzieren. Ab Beginn der normalen Altersrente besteht dann die Möglichkeit, weiterhin auf „Aushilfsbasis“ für die Brauerei tätig zu sein. Entweder als „Berater mit großer Berufserfahrung und langjähriger Betriebszugehörigkeit“ oder auf einem anderen geeigneten Arbeitsplatz.

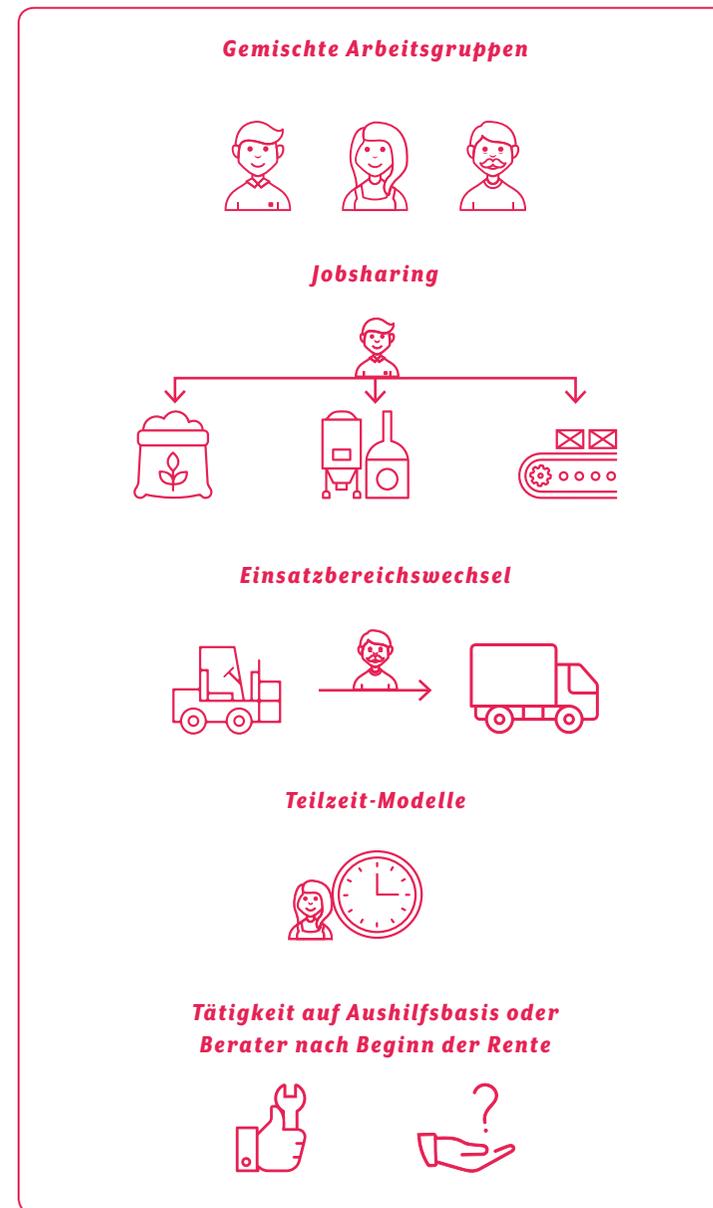


Abb. 4.4: Möglichkeiten & Maßnahmen im Umgang mit dem demographischen Wandel

4.6

Bildung macht den Meister: Aus- und Weiterbildung

Ausbildung in der Neumarkter Lammsbräu

Der erste Schritt ins Berufsleben ist die Ausbildung. Die Neumarkter Lammsbräu bildet zum Industriekaufmann, Brauer und Mälzer aus. Damit die Berufsanfänger ihre zukünftigen Kollegen schon vor Beginn der Ausbildung kennenlernen, veranstalten die Ausbildungsleiter der Produktion und kaufmännischen Verwaltung mit der Nachhaltigkeitsbeauftragten gemeinsam im zweijährigen Turnus einen Kennenlernetag und ein Kennenlernwochenende. Der Kennenlernetag 2017 stand im Zeichen der Biodiversität durch den Besuch eines Imkerlotsen.

Vom Beginn der Ausbildung bis zu deren Ende: Wem es bei der Neumarkter Lammsbräu gefällt, der bleibt auch gerne. Die Ausbildungsleiter haben die Aufgabe, möglichst zeitnah vor Beendigung der Ausbildung den Lehrlingen eine mögliche Übernahme zu kommunizieren. Das ist sowohl für das Unternehmen als auch die Auszubildenden wichtig, damit sich die jungen Menschen nicht weg bewerben und ihr erworbenes Wissen im Lehrbetrieb auch anwenden. Außerdem tut es auch der Reputation der Brauerei gut, ihre Auszubildenden zu halten.

Da hier in der Vergangenheit noch Verbesserungspotential identifiziert werden konnte und um aus diesem Grund die Planungen in diesem Bereich noch vorausschauender zu gestalten, wird im Personalentwicklungskonzept bereits nach noch transparenteren

GLOSSAR

Tutorensystem

Aller Anfang ist schwer: Deshalb hat die Neumarkter Lammsbräu ein Tutorensystem entwickelt, indem die Auszubildenden des dritten Lehrjahres ihre neuen Kollegen in der Eingewöhnung unterstützen. So haben die Berufseinsteiger in ihrem ersten Lehrjahr feste Ansprechpartner, die noch vor Kurzem vor genau den gleichen Herausforderungen standen wie sie. Mit dieser Vertrauensperson werden Probleme, aber auch positive Erfahrungen geteilt – so können sich die „Neuen“ schnell in die Lammsbräu-Familie eingewöhnen.

Lösungen gesucht: Das Ziel ist es, dass mindestens ein halbes Jahr vor Ausbildungsende die nächsten Schritte bekannt sind. In der Regel werden die Lehrlinge übernommen und ihr erlerntes Wissen bleibt so im Unternehmen erhalten. Im Jahr 2017 befanden sich 5,1 Prozent der Mitarbeiter in der Ausbildung.

Auszubildende gestalten Zukunft (AG Zukunft): Ein Leuchtturmprojekt

Eine eigene now-Limonade entwickeln – ganz nach den eigenen Vorstellungen. Das klingt verlockend! Neben der Komposition der Zutaten stehen allerdings auch Kostenkalkulationen, Gestaltung der Etiketten und die Kommunikation an die Mitarbeiter auf dem Plan. In einem Zeitraum von neun Monaten haben sich die Auszubildenden des Jahrgangs 2017 dieser Herausforderung gestellt. Die Projektarbeit ist Teil der AG Zukunft, bei der die Auszubildenden die Zukunft des Unternehmens aktiv mitgestalten können. Ferner stellen die Berufseinsteiger ihre Teamfähigkeit, Kreativität und ihr Organisationstalent unter Beweis, nützliche Kompetenzen, die sie auch nach der Ausbildung benötigen.

Auf dem Erntedankfest 2017 konnte die Azubi-Limonade Purple Rain probiert werden – eine Geschmackskombination von erfrischend säuerlichen Cranberrys und Johannisbeeren mit einem Hauch lieblicher Vanille.



Man lernt nie aus – Weiterbildung

Lebenslanges Lernen – so lautet die Devise der Neumarkter Lammsbräu. Das Unternehmen bietet deshalb zahlreiche fachbezogene sowie persönlichkeitsbildende Weiterbildungen für junge wie auch ältere Kollegen an. Im jährlichen Mitarbeitergespräch (siehe Kap. 4.2) wird über geeignete Weiterbildungen mit der verantwortlichen Führungskraft gesprochen. Es wird konkret beleuchtet, wo der Mitarbeiter aktuell steht und ob er seine Fähigkeiten und sein Wissen entsprechend aufgebaut hat, so dass er ggf. für eine verantwortungsvollere Position befähigt wird.

Mehr zum Thema
Mitarbeitergespräche
in Kapitel 4.1:
➔ Seite 57 ff

4.7 Die Neumarkter Lammsbräu als regionaler Arbeitgeber

Das Unternehmen ist sich seiner Verantwortung als großer Arbeitgeber in der Region bewusst (siehe Tab. 4.1). Ganze 94 Prozent der Mitarbeiter kommen aus der Region (kleiner 100 km Radius). Vor allem in den Kernprozessen Produktion, Logistik und kaufmännische Verwaltung schafft die Brauerei wichtige Arbeitsplätze für alle Qualifikationsstufen.

Doch wie fast jedes Unternehmen in der heutigen Zeit, hat auch die Neumarkter Lammsbräu mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen. Teilweise fehlt es beispielsweise an gut ausgebildeten Brauern in der Region, so dass ein großes Interesse an Mitarbeitern besteht, die vor Beschäftigungseintritt außerhalb der Region ihren Lebensmittelpunkt hatten. Das Unternehmen ist dabei immer bestrebt, seine Mitarbeiter möglichst lange an sich zu binden und ihnen über Jahre hinweg einen sicheren Arbeitsplatz zu bieten.



Die Neumarkter Lammsbräu aus der Vogelperspektive © Bavaria Luftbild Verlags GmbH

Tab. 4.1: Verschiedene mitarbeiterbezogene Statistikdaten

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gesamtanzahl Mitarbeiter (absolute Mitarbeiterköpfe)	104	107	117	117	127	137
Anteil Mitarbeiter mit Migrationshintergrund	n.b.	n.b.	n.b.	4,3	6,3	6,6
Durchschnittsalter der Mitarbeiter	40,5	40,1	41,1	40,9	40,3	40,4
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)	8,9	8,6	8,4	8,4	8,0	7,4
Fluktuationsquote in % (berechnet nach der BDA Formel)	15,4	12,0	8,8	8,5	13,0*	9,9*
Prozentualer Anteil Frauen im gesamten Betrieb	40,4	43,9	41,9	41,9	39,4	38,0
Prozentualer Anteil Frauen bei den Führungskräften	41,7	35,7	33,3	33,3	30,8	35,7
Prozentualer Anteil Mitarbeiter in Altersteilzeit	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Prozentualer Anteil Mitarbeiter, die in Teilzeit arbeiten	26,5	30,8	32,4	29,1	26,5	26,9
Prozentualer Anteil leistungsgeminderter Mitarbeiter	2,9	2,8	3,0	1,7	2,0	2,9
Prozentualer Anteil Auszubildende	7,7	7,5	6,8	6,8	5,5	5,1

* Berechnung ohne Abgänge durch Rentner und geringfügig Beschäftigte, n. b.: nicht berechnet



KAPITEL

5

Verantwortung in der Lieferkette

UNTERNEHMEN

PRODUKTE

VERANTWORTUNG

MITARBEITER &
FÜHRUNG

LIEFERKETTE

PRODUKTION

ZIELE &
MASSNAHMEN

Unsere Lieferkette

ÜBERBLICK



Lieferantenmanagement

- ✓ Verhaltenskodex für Lieferanten
- ✓ Bewertung und Auditierung
- ✓ Verbandszertifizierung der Rohstoffe

Wichtigste Lieferketten

- Lieferkette der Bio-Biere
- Lieferkette der Bio-Limonaden

Verbandszertifizierung

der Rohstoffe



100% **60%**

der Bierrohstoffe sind verbandszertifiziert

der Limonadenrohstoffe werden bis Ende 2018 verbandszertifiziert

Regionale Partnerschaften

auf Augenhöhe:

Erzeugergemeinschaft

mit über

150 Bio-Landwirten



Bio-Zuckerrüben-Projekt

in der Region

31 interessierte Landwirte

mit

17 abgeschlossenen Verträgen

5.1 Lieferketten und nachhaltige Beschaffung

Lieferketten und insbesondere deren nachhaltige Gestaltung im Rahmen des Lieferkettenmanagements haben bei der Neumarkter Lammsbräu eine große Priorität.

Die im Folgenden beschriebenen Maßnahmen helfen der Neumarkter Lammsbräu festzustellen, welche Auswirkungen die Tätigkeiten ihrer Lieferanten sowohl auf die Umwelt als auch die Gesellschaft haben. So werden frühzeitig negative ökologische oder soziale Effekte entlang der Lieferketten sichtbar, um ggf. Gegenmaßnahmen zu ergreifen. In letzter Konsequenz könnte dies z.B. einen Wechsel des Lieferanten bedeuten. Hierzu gab es allerdings bislang noch keinen Anlass. Mit Hilfe des eigens entwickelten Code of Conduct (Verhaltenskodex) sowie den regelmäßig stattfindenden Lieferantenaudits kann die Neumarkter Lammsbräu ihre Lieferketten aktiv im Sinne der eigenen Vorgaben gestalten. Insbesondere soll der regionale Direktbezug von Rohstoffen weiter vorangetrieben werden. Hier spielt die eigene Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) eine entscheidende Rolle.

Die Neumarkter Lammsbräu orientiert sich zum Thema Lieferketten ebenso an Normvorgaben und politischen Rahmenbedingungen (z.B. EMAS III, ISO 14001, Nationaler



Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte der Bundesregierung), indem zusätzlich zum eigenen werteorientierten Anspruch die aktuellen Entwicklungen beobachtet und hinsichtlich der Praktikabilität im Unternehmen geprüft und ggf. umgesetzt werden.

Auch externe Stakeholder, wie z.B. Endverbraucher oder Medien, zeigen mittlerweile großes Interesse daran, wie Rohstoffe beschafft werden oder das Unternehmen sicherstellt, dass bei deren Anbau keine Kinderarbeit stattfindet.

Innerhalb der Neumarkter Lammsbräu gibt es drei grundlegende Arten von Lieferketten:

- **Zwei Lieferketten für Rohstoffe**
Lieferkette für Brau- und Limonadenrohstoffe
- **Lieferkette für Betriebsstoffe**
(z. B. Kieselgur zur Bierfiltration)
- **Lieferkette für Hilfsstoffe**
(z. B. Leim für Flaschenetiketten)

Insgesamt hat das Unternehmen 491 aktive Lieferanten, von denen es direkt Waren bezieht (= direkte Vorstufe). Fast alle haben ihren Standort in Deutschland, über die Hälfte (56,4 Prozent) davon sogar in der

Region (d. h. maximal 100 km um Neumarkt). Gerade die möglichst große Nähe zum Lieferanten ist der Neumarkter Lammsbräu ein Anliegen im Sinne einer nachhaltigen Beschaffung, denn durch kurze Lieferwege lässt sich wirksam CO₂ einsparen.

Für die Brauerei spielen dabei die beiden Rohstofflieferketten mit dem größten Beschaffungsvolumen die wichtigste Rolle – aus verschiedenen Gründen:

- Nur aus Zutaten von höchster Qualität entstehen Getränke von höchster Güte und bestem Geschmack.
- Zudem schlagen sich hier am stärksten die Werte der Neumarkter Lammsbräu nieder, konsequent auf 100 % Bio und verbandszertifizierte Rohstoffe zu setzen und damit fürsorglich mit Mensch und Natur umzugehen. Dies gelingt nur durch den persönlichen Kontakt und enge Partnerschaften auf Augenhöhe.
- Verbraucher haben darüber hinaus ein hohes Interesse an produktbezogenen Informationen sowie an der Einhaltung von Standards entlang der gesamten Lieferkette.



Ziel 8. Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern.

Nachhaltige Beschaffung über alle Einkaufsbereiche hinweg

Grundsätzlich kann jedes von der Neumarkter Lammsbräu bezogene Gut einem von sieben näher definierten Beschaffungsbereichen zugeteilt werden, für die bereits entsprechende Beschaffungskriterien definiert wurden:

Rohstoffe und Vorprodukte

Regionalität, wo immer möglich, Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferkette (Naturlandstandard etc.)

Mobilität

Hier hat die Neumarkter Lammsbräu Erdgas als geeignetste Antriebstechnologie definiert.

Druck & Werbemittel

Interne Nutzung von Papier mit blauem Engel, externe Druckerzeugnisse werden über nachhaltige Druckereien klimaneutral gedruckt.

Für die Bereiche **Maschinen und Anlagen**, **Office Supplies**, **Green IT** sowie **Events & Tagungen** erarbeitet die Neumarkter Lammsbräu derzeit geeignete Kriterien für deren nachhaltige Beschaffung.



Warum nachhaltig beschaffen?

- Bessere Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten führen zu einem besseren Arbeitsklima und höherer Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter, was zu einem besseren Unternehmensergebnis führt.
- Stärkung des Unternehmensimages
- Durch nachhaltige Beschaffungskriterien kann das Unternehmen einen positiven Einfluss auf die ökologische und soziale Entwicklung in den Bezugsländern nehmen und, wo möglich, die regionale Wertschöpfung vor Ort stärken. Obwohl die Auswirkungen entlang der Lieferketten außerhalb der Unternehmensgrenzen liegen und sich somit dem direkten Einfluss entziehen, möchte die Neumarkter Lammsbräu sie bewusst gestalten, um den Erhalt einer intakten Umwelt und ihrer Ressourcen zu sichern sowie die Arbeitsbedingungen (z.B. Sozialstandards) für alle Akteure entlang der Wertschöpfungskette zu verbessern.

5.2

Langfristige Partnerschaften auf Augenhöhe

Für die Gestaltung der Lieferketten ist die langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe, die die Neumarkter Lammsbräu mit ihren Lieferanten pflegt, essentiell. Nur so ist eine möglichst große Transparenz und Verlässlichkeit innerhalb der Lieferkette umsetzbar. Diese partnerschaftliche Art des Umgangs ist entsprechend in der Unternehmens- und Beschaffungspolitik der Brauerei fixiert.

Dieser Umgang speist sich aus dem Selbstverständnis der Neumarkter Lammsbräu, Teil des ökologischen und gesellschaftlichen Systems zu sein (→ siehe Kapitel 1.2.1).

Exemplarisch wird dies nun im Folgenden an der Lieferkette für Braurohstoffe veranschaulicht:

Die Rohstoffe für ihr Bier (Gerste, Weizen, Dinkel sowie Hopfen) bezieht die Neumarkter Lammsbräu von der Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB). Dies ist ein Zusammenschluss von über 150 Bio-Landwirten in der Region um Neumarkt. Die Brauerei schließt einen Rahmenvertrag mit der EZÖB, der die einzelnen Landwirte bindet. Mit jedem Landwirt wird darüber hinaus ein individueller Vertrag über die Menge jedes Jahres abgeschlossen.

Die Landwirte erhalten so die Garantie, dass die angebauten Mengen auch zu einem genau definierten Preis abgenommen werden. Die Preise liegen dabei über dem üblichen Marktniveau. Dies zeigt sich in der Kampagne „Fair zum Bauern“, bei der pro 20-er Kiste



Anja Baumert, Bio-Landwirtin der Erzeugergemeinschaft



Markus Eckert, Bio-Hopfenbauer der Erzeugergemeinschaft

1 Euro mehr an die regionalen Biolandwirte bezahlt wird, als bei anderen Brauereien. Dies ermutigt auch andere Landwirte, auf biologische Landwirtschaft umzustellen und der EZÖB beizutreten.

Die Neumarkter Lammsbräu steht dafür ein, dass beim Erzeuger das Geld ankommt, was er braucht, um seinen Hof erhalten zu können.

Darüber hinaus bietet die Neumarkter Lammsbräu den Mitgliedern der EZÖB auch Seminare und sonstige Möglichkeiten der Weiterbildung an. In Audits überprüft die Brauerei regelmäßig, inwieweit die Landwirte ökologische Vorgaben, wie zum Beispiel Bodenbearbeitungsformen und Biodiversitätsmaßnahmen, umsetzen. Dies schafft weitere Nähe zum Lieferanten und erlaubt dem Unternehmen, die Lieferketten mitzugestalten.

Nur in Jahren, in denen die EZÖB nicht ausreichende Mengen an regional erzeugten Rohstoffen an die Neumarkter Lammsbräu liefern kann, greift das Unternehmen auf Ware von Marktgesellschaften wie Bioland oder Naturland zurück. Das Ziel ist es allerdings, langfristig und dauerhaft den Bedarf an Braurohstoffen zu 100 Prozent regional durch die EZÖB zu decken.

Mehr zur Unternehmenspolitik in Kapitel 1.2.1:
→ Seite 10 ff



Mit dieser Ausrichtung hat die Brauerei wesentliche Auswirkungen auf die regionalen Kreisläufe und insbesondere auf den Biolandbau in Bayern. Jedes Jahr wächst die EZÖB deshalb um etwa sechs bis acht Mitglieder, wodurch auch die in Bayern ökologisch bewirtschafteten Flächen zunehmen. Damit leistet die Neumarkter Lammsbräu einen wichtigen Beitrag im Rahmen der BioRegio Initiative der bayerischen Staatsregierung, welche vorsieht, bis 2020 die Bio-Produktion in Bayern zu verdoppeln.

Verantwortlich für die Koordination der Aktivitäten mit der EZÖB ist zum einen die Geschäftsleitung der Neumarkter Lammsbräu und zum anderen der Malzmeister, der die operative Umsetzung übernimmt.

Einzigartig!

In ihrer eigenen Mälzerei stellt die Neumarkter Lammsbräu als eine der wenigen Brauereien europaweit ihr eigenes Bio-Malz her.

Nachgefragt

” Ich kaufe gerne das Bier der Neumarkter Lammsbräu, weil es für mich der perfekte Botschafter für eine nachhaltige Landwirtschaft unserer Region ist und ich damit die Bauern vor Ort unterstützen kann. Die enge Partnerschaft zu den Vertragslandwirten beeindruckt mich, da ich auch aus meiner Arbeit weiß, wie wichtig der persönliche Kontakt zu den Bauern ist. “



Agnes Hofmann

BÜRGERIN AUS NEUMARKT
UND MITARBEITERIN DES
LANDSCHAFTSPFLEGEVER-
BANDES NEUMARKT

5.3

Lieferantenmanagement

Neben langfristigen, partnerschaftlichen Beziehungen umfassen Standards, Zertifizierungen und entsprechende Audits bei der Neumarkter Lammsbräu das Lieferantenmanagement. Dieses trägt dazu bei, alle Lieferketten im Sinne der unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsstrategie zu gestalten. Einzige Ausnahme ist die EZÖB, die wir durch sehr persönliche Vor-Ort-Audits und Besuche separat bewerten.

5.3.1

Verhaltenskodex (Code of Conduct) für Lieferanten¹

Bereits 2016 hat die Neumarkter Lammsbräu begonnen, sukzessive über alle Einkaufsbereiche hinweg (Ausnahme: EZÖB, [siehe Kap. 5.3](#)) ihre insgesamt 68 A-Lieferanten auf den eigenen Verhaltenskodex „Code of Conduct“ (CoC) zu verpflichten. Hier konnte durch konsequentes Nachfragen eine Rücklaufquote von 100 Prozent erreicht werden. In 2017 wurde daraufhin der CoC auch an alle 136 B- und C-Lieferanten versendet. Die Rücklaufquote belief sich hier auf 20 Prozent. Von den 136 waren anteilig 7 Prozent Neulieferanten. Realistisches Ziel ist es, dass bis Ende 2018 alle Lieferanten die Einhaltung des CoC anerkennen. Derzeit folgen bei „Nichtunterzeichnung“ keine Konsequenzen, das Unternehmen erkundigt sich aber in regelmäßigen Abständen, was die Lieferanten hindert zu unterschreiben. Wichtige Bestandteile des CoC sind z.B. die Ermöglichung eines sicheren und gesunden Arbeitsumfeldes (Einhaltung von Sozialstandards), moralisch und ethisch vertretbares Verhalten (keine Korruption!) und die Verpflichtung zur Umweltverantwortung durch die Einhaltung von Umweltstandards (z.B. Wasserschutz oder Umgang mit Gefahrstoffen) entlang der Lieferkette.

Verhaltenskodex

ZUR GESELLSCHAFTLICHEN VERANTWORTUNG FÜR LIEFERANTEN DER NEUMARKTER LAMMSBRÄU

Als nachhaltige 100 % Bio-Brauerei übernehmen wir im Rahmen unserer Unternehmenspolitik und -steuerung gesellschaftliche Verantwortung für unser Handeln (siehe www.lammsbraeu.de/verantwortung/nachhaltigkeit/leitlinien). Dies erwarten wir auch von unseren Lieferanten.

Unsere Lieferanten sollen sich genau wie wir dem Ziel, sozialen, ethischen und ökologischen Ansprüchen der Gesellschaft zu genügen, verpflichtet fühlen und dies bei der Herstellung und Fertigung ihrer Produkte berücksichtigen. Im Optimalfall besitzt der Lieferant hierzu ebenso eigene Leitlinien und kommuniziert diese an seine Mitarbeiter. Der Lieferant ist darüber hinaus aufgefordert, die in dem vorliegenden Verhaltenskodex beschriebenen Prinzipien in seinem Unternehmen umzusetzen oder mindestens gleichwertige Standards verabschiedet zu haben und sein Geschäft danach zu führen.

Der vorliegende Verhaltenskodex bildet die Grundlage für langfristige Geschäftsbeziehungen mit unseren Lieferanten und legt unsere Grundanforderungen in den Bereichen

- I. Menschenrechte & Arbeitsbedingungen (Sozialstandards),**
- II. Umweltstandards und**
- III. Geschäftintegrität**

fest. Er orientiert sich an den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen (www.unglobalcompact.org), den ILO-Kernarbeitsnormen (www.ilo.org) sowie der sog. „CSR Richtlinie“. Von manchen darin enthaltenen Passagen sind die Lieferanten nicht direkt betroffen, sondern weitere Lieferanten aus der Vorkette der Wertschöpfung.

Die Lieferanten der Neumarkter Lammsbräu sind daher ebenfalls aufgefordert, die Inhalte dieses Verhaltenskodexes an alle Beteiligten entlang ihrer Lieferkette weiterzugeben.

¹ Hinweis

Lieferanten werden in A-, B- und C-Lieferanten unterteilt. A-Lieferanten sind dabei sehr bedeutsam, C-Lieferanten wenig bedeutsam, was anhand verschiedener Kriterien klassifiziert wird.

5.3.2

Lieferantenbewertung und -auditierung

2017 definierte die Geschäftsführung der Neumarkter Lammsbräu gemeinsam mit dem Nachhaltigkeitsmanagement neue Bewertungskriterien für Lieferanten (Ausnahme EZÖB, siehe Kap. 5.3) und schulte ihre Einkäufer. Die neuen Kriterien heben die Sozial- und Umweltaspekte noch stärker hervor und umfassen Themen wie Biodiversität, den Umgang mit Abwasser und Abfällen sowie die nachhaltige Beschaffung. In regelmäßigen Audits wird dadurch sichergestellt, dass die Lieferanten den seitens der Neumarkter Lammsbräu geforderten Kriterien gerecht werden. Die Form der Audits ist abhängig von der jeweiligen Klassifizierung der Lieferanten. Diese reicht von A-Lieferanten, den wichtigsten Lieferanten, über B- bis hin zu C-Lieferanten.

Für die Gruppe B und C wurden Fragebögen im Sinne von Selbstauskünften ohne Vor-Ort-Besuche zu Sozial- und Umweltthemen entwickelt und versendet. An 149 Lieferanten (Ausnahme EZÖB) wurde der Fragebogen per Email versandt und von 24 Prozent ausgefüllt zurückgeschickt. Anteilig von den 149 waren 5 Prozent Neulieferanten.

Bei den A-Lieferanten hingegen wurden in 2017 insgesamt acht vor Ort hinsichtlich ökologischer und sozialer Kriterien auditiert.

Das Ziel ist es, die Lieferanten dazu anzuregen, ihre Umweltauswirkungen im eigenen Unternehmen und entlang der Lieferkette zu minimieren sowie Qualitätsaspekte und soziale Maßnahmen zur Verbesserung umzusetzen. Schneidet ein Lieferant bei Audits sehr schlecht ab, zieht die Neumarkter Lammsbräu auch in Betracht, dafür alternative, nachhaltigere Bezugsquellen zu wählen, allerdings erst in letzter Konsequenz, wenn Gespräche und alle Möglichkeiten einer Kooperation nicht auf fruchtbaren Boden treffen. Dies ist bis-

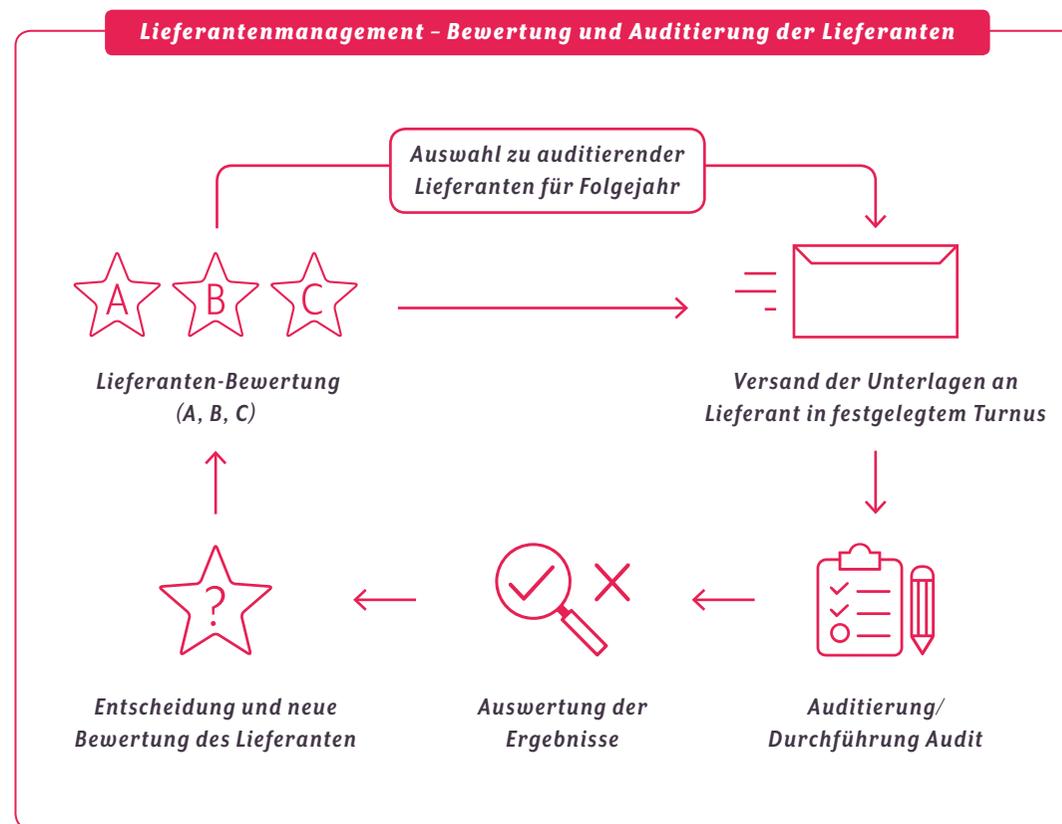


Abb. 5.1.: Bewertung und Auditierung von Lieferanten bei der Neumarkter Lammsbräu

lang jedoch nicht erforderlich gewesen. Zuständig für die Umsetzung des Lieferantenmanagements sind die Einkäufer der jeweiligen Prozesse (siehe Kap. 1.2.5) sowie unterstützend das Nachhaltigkeitsmanagement. Es besteht die unternehmensinterne Vorgabe, dass mit den zwei wichtigsten Lieferanten aus jedem einzelnen Prozess jährlich vor Ort Audits sowie mit allen anderen Lieferanten kleinere Audits in Form von Selbstauskünften durchgeführt und im Nachgang ausgewertet

werden. Abbildung 5.1 stellt den Ablauf der Lieferantenbewertung und -auditierung dar.

Mit all diesen Schritten hat die Neumarkter Lammsbräu 2017 ihr Lieferantenmanagement ein Stück weit vorangebracht. Die Resonanz der Lieferanten ist sehr positiv und die Zusammenarbeit wird gestärkt, weshalb das Unternehmen diesen Weg weiter verfolgen wird.

Mehr zum Thema EZÖB in Kapitel 5.2: [Seite 70-71](#)

Mehr zum Thema Führen in Kapitel 1.2.5: [Seite 17-18](#)

5.3.3

Verbandszertifizierung der Rohstoffe

Neben dem eigenen Verhaltenskodex und der Lieferantenauditierung setzt die Neumarkter Lammsbräu zudem auf den Bezug von bio-verbandszertifizierten Rohstoffen, um Transparenz und die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards entlang der gesamten Rohstofflieferketten sicherzustellen. Denn einige Anbauverbände, wie bspw. Naturland, von denen die Neumarkter Lammsbräu Rohstoffe bezieht, haben sich neben rein ökologischen Prinzipien auch solchen wie der Vermeidung von Kinderarbeit verpflichtet. Die Überprüfung der Einhaltung dieser Verpflichtungen erfolgt durch die Anbauverbände.

Alle Braurohstoffe der Neumarkter Lammsbräu sind bereits zu 100 Prozent verbandszertifiziert. Für die Bio-Limonaden visiert das Unternehmen bis Ende 2018 eine 60-prozentige Verbandszertifizierung an und möchte mittelfristig eine 100-prozentige Zertifizierung erreichen (siehe Kapitel 5.5). Diese Verpflichtung hat sich der Bio-Pionier selbst auferlegt, um etwaige negative Auswirkungen in den Lieferketten abzusichern. Es wird auch künftig an dieser Vorgehensweise festgehalten. Zuständig hierfür sind der Prozess Nachhaltigkeitsmanagement und die Einkäufer in den jeweiligen Prozessen.

**Verbandszertifizierung****100%**

*der Rohstoffe der
Lammsbräu Biere
sind bereits verbands-
zertifiziert*

**60%**

*der Rohstoffe der
now-Limonaden
werden bis Ende 2018
verbandszertifiziert sein*

Abb. 5.2.: Verbandszertifizierung der Produkte der Neumarkter Lammsbräu

Alle der hier aufgeführten Maßnahmen helfen der Neumarkter Lammsbräu festzustellen, welche Auswirkungen die Tätigkeiten ihrer Lieferanten sowohl auf die Umwelt als auch die Gesellschaft haben. So werden frühzeitig negative ökologische oder soziale Effekte entlang der Lieferketten sichtbar. Außerdem kann der Nachhaltigkeits-Pionier entsprechende Gegenmaßnahmen ergreifen und beispielsweise einen Lieferanten wechseln. Bislang gab es dafür allerdings noch keinen Anlass. Mit Hilfe des eigens entwickelten CoC sowie den regelmäßig stattfindenden Lieferantenaudits hat

die Neumarkter Lammsbräu besonders die Möglichkeit, ihre Lieferketten aktiv im Sinne der eigenen Vorgaben nachhaltig auszurichten. Insbesondere soll der regionale Direktbezug von Rohstoffen weiter vorangetrieben werden. Hier spielt die EZÖB eine wichtige Rolle, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

*Mehr zum Thema Verbandszertifizierung in Kapitel 5.5:
→ Seite 79*

5.4

Regional & partnerschaftlich – die Rohstofflieferkette der Bio-Biere

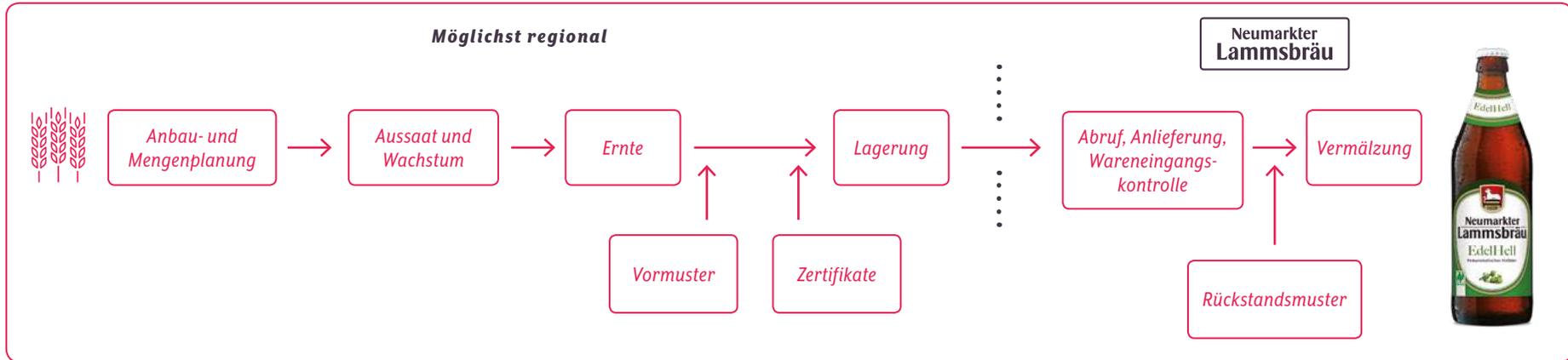


Abb. 5.3: Prozessschritte entlang der Lieferkette der Bio-Biere

Alle Braurohstoffe stammen zu 80 bis 100 Prozent (je nach Erntejahr und klimatischen Bedingungen) von der 1989 gegründeten Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe (EZÖB) aus der Region um Neumarkt. Regional bedeutet hier im Umkreis von 100 km um die Brauerei. Die Neumarkter Lammsbräu wurde 2017 von 116 aktiven Lieferanten beliefert, die auf ca. 1.085 ha Fläche für die Neumarkter Lammsbräu anbauen. 2017 (Kalenderjahr) hat die Neumarkter Lammsbräu von der EZÖB 1.140 to Gerste, 180 to Weizen, 30 to Dinkel und 26 to Hopfen bezogen. Die Braurohstoffe (Getreide und Hopfen) machten vom gesamten Rohstoffeinkauf einen Anteil von 55,2 Prozent aus (bezogen auf den Euro-Wert).



„Das ökologische Reinheitsgebot beginnt bereits auf dem Acker“ – so der Leitgedanke der Neumarkter Lammsbräu.

Die EZÖB-Landwirte haben im Vergleich zu den sonstigen Lieferanten des Unternehmens deshalb einen ganz besonderen Status. Die EZÖB-Mitglieder werden unmittelbar per Hof- und Felderbesuchen auditiert. Dies stärkt die Lieferantenbeziehung und dient zugleich der Qualitäts- und Wachstumskontrolle des Braugetreides. Zudem erhält das Unternehmen ein genaues Bild von der Arbeitsweise der einzelnen Landwirte und der von ihnen zu erwartenden Rohstoffqualität (siehe Abb. 5.3). In 2017 wurden insgesamt 23 EZÖB-Landwirte auditiert.

Um Braugetreide anliefern zu dürfen, müssen die Landwirte zusätzlich ihre aktuellen Verbandszertifikate, Biozertifikate und einen Saatgutnachweis vorweisen.

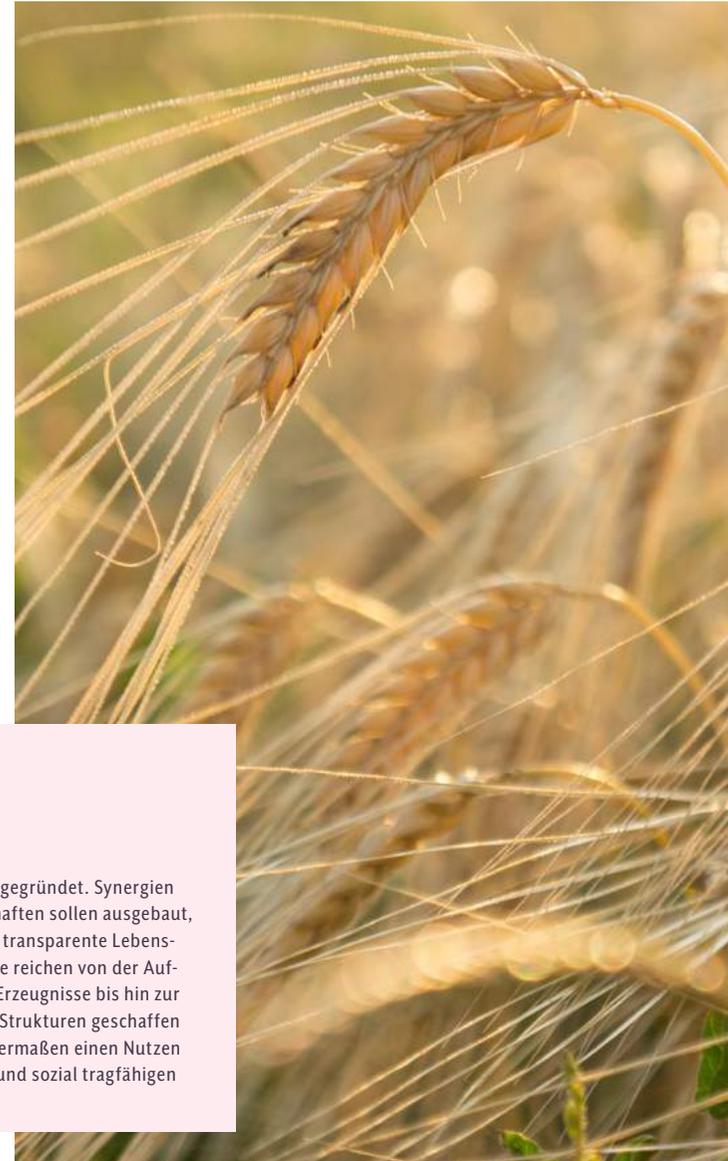
Durch die Audits und Zertifikate stellt die Neumarkter Lammsbräu fest, welche Auswirkungen sich entlang der Braurohstoff-Lieferkette auf Umwelt und Gesellschaft ergeben. Dabei wurden bisher keine signifikanten negativen Auswirkungen offengelegt – im Gegenteil, die Landwirte sorgen durch ihre biologische Anbauweise für sehr gesunde Böden und Getreide und einen hohen Grad an Biodiversität auf ihren Feldern. Die Qualität und Sicherheit des Getreides wird bei der Anlieferung auf dem Brauereigelände mittels Wareneingangskontrolle überprüft und es werden Rückstandsmuster aufbewahrt, bevor es vermälzt wird. Dadurch werden höchste Rohstoffqualität und Produktsicherheit garantiert.

Das große Ziel der Neumarkter Lammsbräu hinsichtlich der Lieferkette für Braurohstoffe besteht darin, die Regionalität auf einem Niveau von nahezu 100 Prozent zu stabilisieren sowie zusammen mit den Landwirten auf modernere Lagerungstechniken zu setzen. Eine dahin gehende Maßnahme ist die Zusammenarbeit mit der BlegO, um zukünftig die Getreideeinlagerung zu bündeln. Hier findet u.a. eine systematische Reinigung und Aufbewahrung des hochwertigen Bio-Getreides statt. Es wurden noch keine quantitativen Ziele vereinbart. Für die Neumarkter Lammsbräu sind diese freiwillig gesetzten Maßgaben aber sehr wichtig, um die höchstmögliche Rohstoffqualität zu erhalten. Zuständig ist hierfür der Prozess Mälzerei in enger Abstimmung mit der Geschäftsleitung.

GLOSSAR

BlegO

Die BlegO wurde von Bio-Landwirten und Bio-Verarbeitern gegründet. Synergien zwischen Erzeugern, Verarbeitern und Vermarktungsgesellschaften sollen ausgebaut, regionale Wertschöpfungsketten geschaffen und damit eine transparente Lebensmittelproduktion gefördert werden. Die innovativen Projekte reichen von der Aufbereitung und Verarbeitung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse bis hin zur Bewusstseinsbildung und Vernetzung. Es sollen nachhaltige Strukturen geschaffen werden, von denen Landwirte, Verarbeiter und Bürger gleichermaßen einen Nutzen haben – mit dem großen Ziel einer ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähigen Nutzung der Landschaft.



5.5 Zukünftig verbandszertifiziert – die Rohstofflieferkette der Bio-Limonaden

Auch mit den Lieferanten, die der Neumarkter Lammsbräu verarbeitete Limonadenrohstoffe liefern, pflegt das Unternehmen eine enge, langjährige Beziehung. Anders als bei den Braurohstoffen ist eine regionale Beschaffung aber nur in den wenigsten Fällen möglich – die meisten benötigten Früchte wachsen nun mal nicht in der Oberpfalz und Umgebung. Deshalb ergibt sich eine andere Wertschöpfungstiefe als bei den Braurohstoffen: Während die Neumarkter Lammsbräu das Rohgetreide in der eigenen Mälzerei verarbeiten kann, hat das Unternehmen keine Anlagen, um Früchte zu Saft zu pressen. Diese Wertschöpfungsschritte er-

folgen somit außerhalb des Unternehmens (siehe Abb. 5.4). Die Neumarkter Lammsbräu steht dabei nur im Kontakt mit den letzten Lieferanten in der Lieferkette, welche die weiter verarbeiteten Rohstoffe für die Limonaden liefern. Das Unternehmen muss sich deshalb darauf verlassen können, dass diese Lieferanten die Qualitätsanforderungen, aber auch die weiteren geforderten Standards einhalten. Die Bioqualität wird anhand von aktuellen Zertifikaten sichergestellt.

Der Einkauf der verarbeiteten Limonadenrohstoffe stellt ein großes Beschaffungsfeld dar. 2017 entfielen 43,6 Prozent (bezogen auf den Euro-Wert) des gesamten Rohstoffeinkaufs auf 31 Fruchtsäfte, -konzentrate, oder -extrakte. Diese stammten von 12 unterschiedlichen Lieferanten (direkte Vorstufe).

Selbstverständlich wird auch die Qualität und Sicherheit der weiter verarbeiteten Limonadenrohstoffe bei der Anlieferung an der Neumarkter Lammsbräu durch eine strenge Wareneingangskontrolle überprüft.

Außerdem werden seitens der Qualitätssicherung Rückstandsmuster der Ware aufbewahrt, bevor daraus Limonade hergestellt wird (siehe Abb. 5.4). Die Analyse der Rohstoffqualität sichert damit die Produktqualität und -sicherheit.

Neben der höheren Wertschöpfungstiefe gibt es noch zwei weitere Aspekte, die die Lieferkette der Limonadenrohstoffe von der für die Braurohstoffe unterscheiden: Zum einen die weitaus größere Vielfalt an Rohstoffen und zum anderen die breiter gestreuten Erntezeitpunkte der verarbeiteten Früchte.

Zum Vergleich: Bier besteht – gemäß dem Reinheitsgebot – nur aus den vier Zutaten Wasser, Hopfen, Malz (aus Gerste, Weizen, oder Dinkel) und Hefe. Die now Fresh Lemon enthält hingegen Invertzuckersirup, Orangensaftkonzentrat, Zitronen-Extrakt und trübes Zitronensaftkonzentrat sowie ebenfalls Bio-Mineralwasser aus der unternehmenseigenen Quelle.

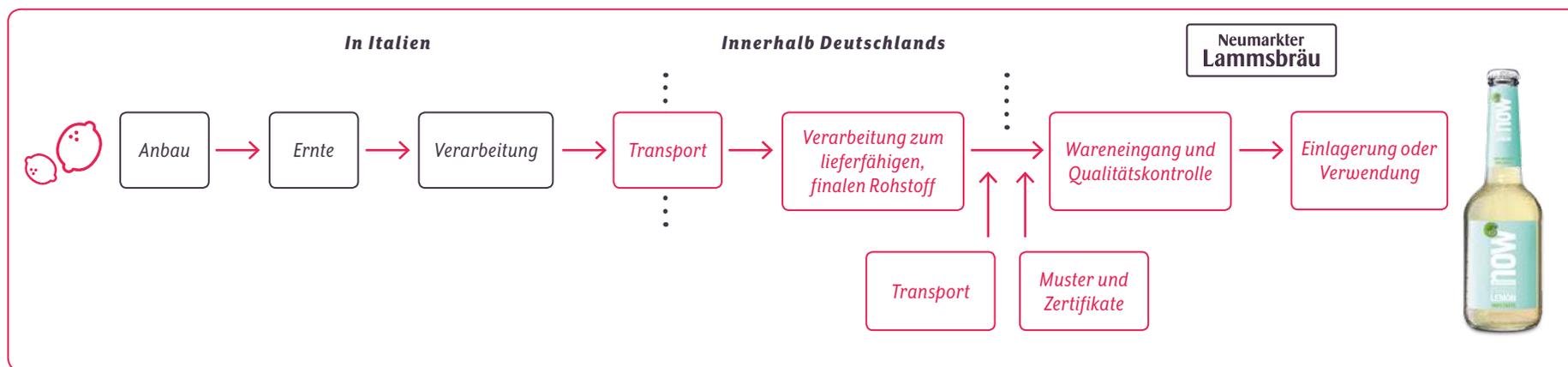


Abb. 5.4: Prozessschritte entlang der Lieferkette der Bio-Limonaden – Beispiel trübes Zitronensaftkonzentrat als „Zutat“ unserer now-Fresh Lemon

Info

Das regionale Zuckerrübenprojekt der Neumarkter Lammsbräu

Invertzuckersirup ist in allen now-Limonaden enthalten und daher ein strategisch wichtiger Rohstoff für die Neumarkter Lammsbräu. Zugleich wachsen Zuckerrüben, genau wie Hopfen oder Gerste, auch in Deutschland, sogar in unmittelbarer Umgebung der Neumarkter Lammsbräu. Deshalb liegt es nahe, das Erfolgskonzept der EZÖB auf die Zuckerrüben zu übertragen, sprich den Anbau regionaler und verbandszertifizierter Zuckerrüben zu fördern. Dazu startete die Neumarkter Lammsbräu 2017 gemeinsam mit zwei Partnern die Planung für ihr Bio-Zuckerrüben-Projekt, welches 2018 konkret in die Umsetzungsphase gehen soll. Bislang zeigten insgesamt 31 Zuckerrübenbauern Interesse an einer Zusammenarbeit mit der Neumarkter Lammsbräu. Mit 17 der Interessenten wurden bereits Verträge abgeschlossen. Das Prinzip dahinter sieht wie folgt aus: Ein Partner organisiert die Erntelogistik und den Abtransport der Rüben und bringt seine Expertise in diesen Bereichen ein. Die Anbauberatung erfolgt in Zusammenarbeit mit der Naturland-Fachberatung. Der Abtransport der Rüben erfolgt per Bahn oder Lkw in die Schweiz zur Verarbeitung. Dort werden sie zu Bio-Rübenzucker verarbeitet und später zu Bio-Invertzuckersirup. Ab 2018 dient dieser dann als Basiszutat für die now-Limonaden.

Das Zuckerrübenprojekt führt zu einer nachhaltigeren Ausrichtung der Limonaden-Lieferketten, wodurch regionale Wirtschaftsstrukturen gestärkt und langfristige Beziehungen zu den Landwirten gefestigt werden können.

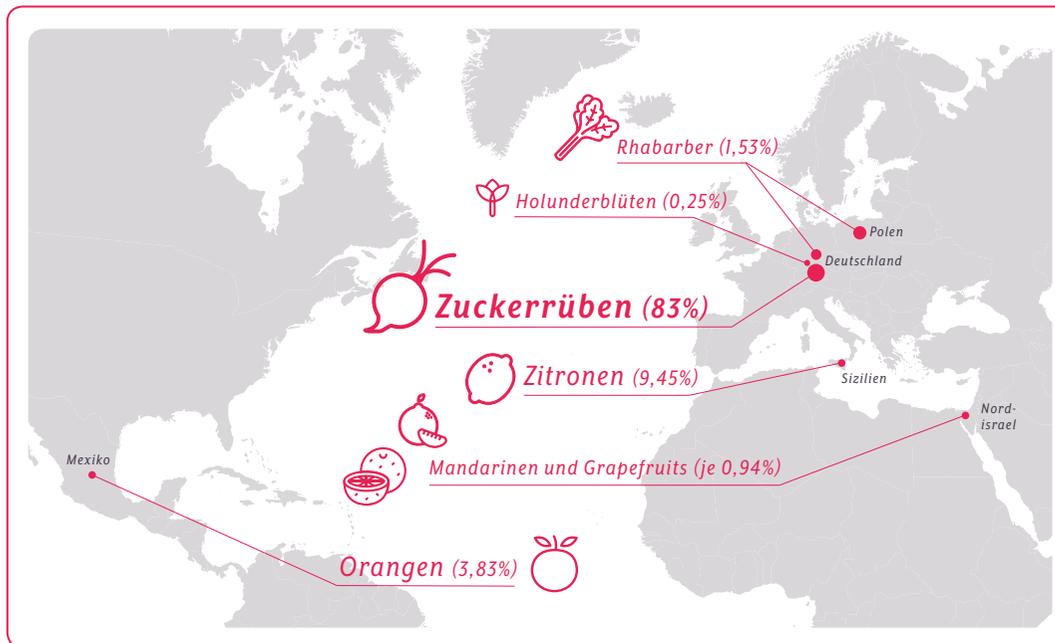


Abb. 5.5: Die Herkunftsländer der Bio-Limonaden-Hauptrohstoffe mit prozentualer Mengenverteilung

Nach wie vor stammen die meisten Bio-Limonaden-Hauptrohstoffe aus Europa (siehe Abb. 5.5). Bezogen auf die Menge hat Invertzuckersirup den größten Anteil an den Limonadenrohstoffen. Er wird aus in Deutschland angebauten Zuckerrüben hergestellt. Weitere wichtige Herkunftsländer der Limonadenzutaten sind Italien (trübes und klares Zitronensaftkonzentrat) sowie Mexiko (Orangensaftkonzentrat). Mindestens eine dieser beiden Zutaten ist in fast jeder now-Limonade enthalten.

Wie sich in den vorherigen Ausführungen zeigt, sind die Lieferketten für die now-Limonaden wesentlich komplexer als die für Bier und deshalb regional schwieriger und auch nur bedingt möglich umzusetzen.

Die Vielfalt der Rohstoffe, deren fehlende regionale Verfügbarkeit und die Vielzahl an vorgelagerten Verarbeitungsstufen erschweren Transparenz.

Dies stellt die Neumarkter Lammsbräu im Bereich der nachhaltigen Beschaffung bei Limonadengrundstoffen vor große Herausforderungen. Aufgrund der Tatsache, dass die meisten vorgelagerten Rohstofflieferketten außerhalb Deutschlands, z.T. sogar außerhalb Europas liegen, ist es z.B. wesentlich schwieriger, alle Wege und Verarbeitungsorte lückenlos und transparent aufzudecken und somit die Auswirkungen in diesen Lieferketten zu bestimmen.

So wird seitens der Brauerei in ersten Schritten Etliches versucht, um auch bei den Limonadenrohstoffen auf ein ähnlich hohes Transparenz- und Verlässlichkeitslevel wie bei den Braurohstoffen zu kommen. Umgesetzte Maßnahmen auf dem Weg dorthin waren in den vergangenen zwei Jahren gezielte Lieferantenaudits, der Code of Conduct sowie eine erstmalige Überprüfung der Limonaden-Rohstofflieferketten mittels Sustainability Hot Spot Analysen seitens des Nachhaltigkeitsmanagements. Als zweiten Schritt unternimmt derzeit die Qualitätssicherung in Zusammenarbeit mit einem externen Einkäufer große Anstrengungen, um die Lieferketten auf Naturlandzertifizierung umzustellen. Im Standard-Vertragsrahmenwerk der direkten Limonaden-Vorlieferanten wird seit 2017 eine aktive Offenlegung von Rohstoffänderungen zur stärkeren Einsicht in die Lieferketten eingefordert.

Im Folgenden werden die beiden wichtigsten genannten Maßnahmen näher beleuchtet:

Sustainability Hot Spot Analysen für die Limonaden-Lieferketten

Die bei der Neumarkter Lammsbräu umgesetzte Sustainability Hot Spot Analyse umfasst die qualitative Bewertung ihrer Limonaden-Rohstoffe vom Anbau bis hin zu deren weiteren Verarbeitung hinsichtlich sozialer und ökologischer Risiken, wobei auch Aspekte aus dem GRI4 Standard, der ISO Norm 26000 und dem UNEP/Setac Berücksichtigung finden.

Am Ende ergibt sich je Rohstoff ein spezifisches Profil, das angibt, ob hinsichtlich ökologischer sowie sozialer Kriterien Hot Spots, d.h. riskante Punkte in der Lieferkette, existieren und wie kritisch ein Rohstoff daher aus Nachhaltigkeitssicht einzustufen ist.



Diese Analysen wurden 2016 und 2017 durch das Nachhaltigkeitsmanagement für alle mengenmäßig sowie hinsichtlich des Umsatzes wesentlichen Limonaden-Rohstoffe entlang ihrer Lieferketten durchgeführt. Dazu wurden mit den direkten Vor-Lieferanten der verarbeiteten Rohstoffe Interviews geführt und die Bedingungen vor Ort, beispielsweise mittels Fotos von den Plantagen der schwarzen Johannisbeeren oder Rhabarberfeldern sowie der Weiterverarbeitungsanlagen, und Zertifikate gesichtet und dokumentiert. Insgesamt ergaben sich keine signifikanten, kritischen Punkte.

Die Analyse hat aber ganz klar bestätigt, dass die Neumarkter Lammsbräu durch die geringen Bezugsmengen und die Komplexität der Lieferkette nur geringe Einflussmöglichkeiten hat. Eine in 2018 angestrebte Naturland-Verbandszertifizierung soll dem entgegenwirken und durch strenge Kontrollen ökologische sowie soziale Standards entlang der Limonaden-Lieferketten garantieren.

Naturland-Zertifizierung der Limonaden-Rohstoffe

In Deutschland gibt es vier große Bio-Anbauverbände: Bioland, Biokreis, Naturland und Demeter. Deren verbandsspezifische Vorgaben gehen weit über eine rein produktbezogene Bio-Zertifizierung gemäß EG-Öko-Verordnung hinaus.

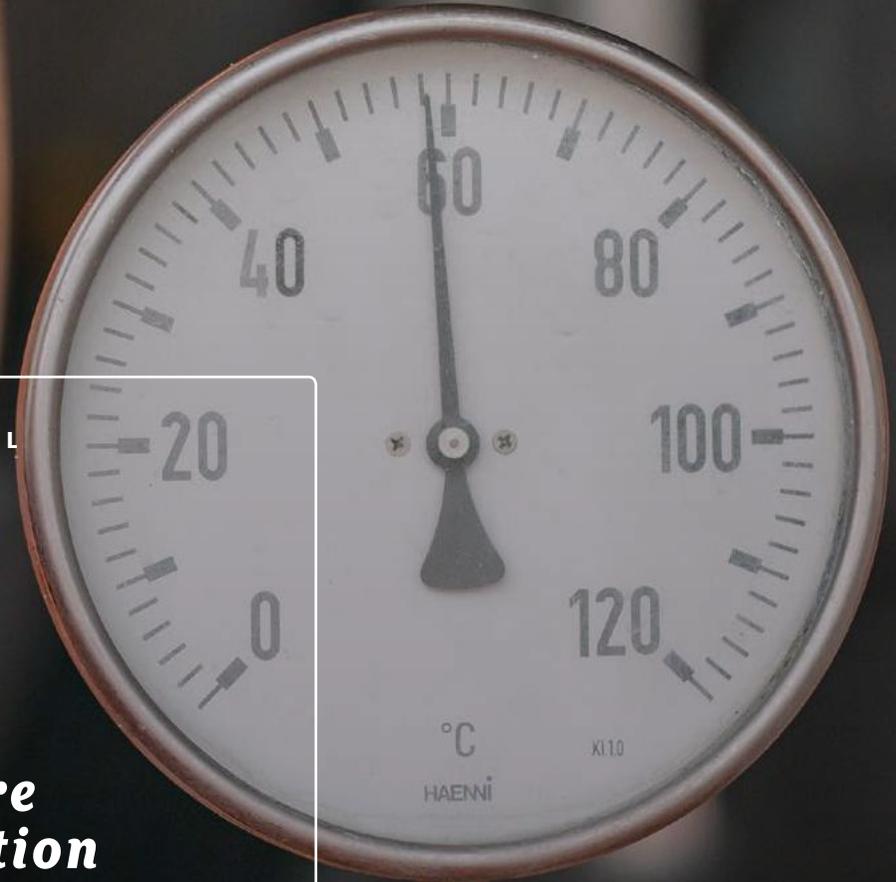
Wie bei den Braurohstoffen strebt die Neumarkter Lammsbräu auch bei den now-Limonaden eine vollständige Verbandszertifizierung ihrer Zutaten entlang der Lieferkette an. Der Neumarkter Lammsbräu war bei ihrer Entscheidungsfindung die Sicherstellung von Umwelt- und Sozialstandards sehr wichtig. Ferner sichert das Zertifikat höchste Bio-Rohstoffqualität zu und geht deutlich über die Mindeststandards eines EU-Bio-Siegels hinaus. Die Wahl fiel daher auf eine Zertifizierung durch Naturland, da dieser Verband die hohe Kompetenz hinsichtlich exotischer Früchte aufweist, großen Wert sowohl auf Umwelt- als auch Sozialstandards legt und bereits ein großes Netz an Anbauern und Verarbeitern aufgebaut hat.

Aufgrund des guten partnerschaftlichen Verhältnisses zu ihren Lieferanten, konnte die Neumarkter Lammsbräu bereits einen Großteil überzeugen, sich künftig durch Naturland zertifizieren zu lassen. Diese stehen allerdings vor der großen Herausforderung, auch ausreichend zertifizierte Rohware (also Früchte), die den Naturlandkriterien entspricht, zu beschaffen, um daraus Saft, Saftkonzentrate etc. herstellen zu können. Da aber Nachhaltigkeit sowie Qualität und Sicherheit für die Neumarkter Lammsbräu höchste Priorität haben, kann dies zukünftig durchaus einen Lieferantenwechsel oder eine Rezepturänderung unabdingbar machen.

KAPITEL

6

*Unsere
Produktion*



Unsere Produktion

ÜBERBLICK



Regenerative Energie

ist von 23,4% auf

↑ **24,1%**

des Gesamtenergieverbrauches*

angestiegen



CO₂e-Emissionen

sind von 3.273 t auf

↓ **2.979 t***

gesunken



Wärmeverbrauch

ist von 44,8 kWh auf

↓ **44,4 kWh**

pro hl Verkaufsgetränk*

gesunken



Spezifische Abfallmenge

ist von 3,6 kg auf

↓ **3,4 kg**

pro hl Verkaufsgetränk*

gesunken

*die Vergleiche beziehen sich auf Vorjahreswerte

Auch in der Produktion hat sich die Neumarkter Lammsbräu ihren Werten fest verschrieben und agiert dort klar im Sinne der Nachhaltigkeit. Denn gerade hier ergeben sich etliche Umweltauswirkungen, die es aus dem Verständnis einer nachhaltigen Wirtschaftsweise zu verhindern bzw. zu reduzieren gilt, nämlich vor allem Treibstoff- und Wärmeenergieverbräuche, Wasserverbräuche, Rohstoff- und Materialverbräuche sowie CO₂e-Emissionen.

6.1 Mit kontinuierlicher Verbesserung hin zu einer noch umwelt- freundlicheren Produktion

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) ist ein wichtiger Bestandteil der ISO Normen 9001 und 14001 sowie EMAS, also elementar für alle Prozessbereiche der Neumarkter Lammsbräu. Indem Arbeitsabläufe fortwährend evaluiert werden, können Veränderungen hinsichtlich des betrieblichen Umweltschutzes und einer umweltfreundlicheren Produktion besonders schnell erreicht werden, was für das Hause Lammsbräu wesentlich ist. Während der Wesentlichkeitsanalyse hat sich erfreulicherweise herauskristallisiert, dass sich die ökologischen Aspekte nach GRI4 überwiegend mit den Umweltaspekten aus EMAS decken.

Zur Messung der Veränderungen werden zu den für das Unternehmen relevanten Größen (siehe auch nach-

folgende EMAS-Kernindikatoren wie bspw. Wasser, Energie, Abfall, Material und Emissionen etc.) messbare Kennzahlen erhoben. Im Vergleich mit den Vorjahreswerten (Trend) stellt sich dann heraus, inwiefern Maßnahmen zur Verbesserung greifen oder noch einmal nachjustiert werden müssen.

Insgesamt sollen negative Umweltauswirkungen vermieden und positive gestärkt werden.

Dabei werden teilweise aus einigen Messgrößen wie kWh oder Liter Treibstoff wieder andere generiert (zum Beispiel Berechnung der CO₂-Äquivalente mit einem Umrechnungsfaktor), wodurch der eigene Beitrag auf die Auswirkungen des Klimawandels ersichtlich wird.

Die Erfassung sowie Auswertung der Daten erfolgt über das Nachhaltigkeitsmanagement in enger Abstimmung mit den Prozessverantwortlichen aus Produktion oder Logistik. Sollten sich die Kennzahlen innerhalb eines Berichtszeitraums ins Negative verändern, wird dies in unterschiedlichen Gremien, wie der Umweltausschuss-Sitzung oder dem Management-Review, diskutiert und wenn möglich sofort Korrekturmaßnahmen abgeleitet – selbstverständlich im Beisein der Geschäftsleitung.

Trotz einer bereits hohen Genauigkeit bietet die Auswertung der Energiekennzahlen noch Verbesserungspotential: um Veränderungen noch genauer nachvollziehen zu können, sollen in Zukunft weitere Messpunkte installiert und prozessbezogen ausgewertet werden. Beauftragt hierfür ist ein in diesem Jahr eingestellter Energiemanager.



Um zusätzlich kontinuierliche Verbesserungen zu generieren, können Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge einbringen, die nach Prüfung und Bewertung durch die Führungskräfte versucht werden, schnellstmöglich im jeweiligen Prozessbereich umzusetzen. Auch interne Audits werden in der Neumarkter Lammsbräu genutzt, um den Status Quo zu verbessern.

Im Management-Review wird zur Überprüfung der Wirksamkeit einer kontinuierlichen Verbesserung einmal im Jahr das gesamte integrierte Managementsystem hinsichtlich Funktionalität und Effizienz genauer unter die Lupe genommen.

Der gesamte Produktionsprozess ist näher auf der Neumarkter Lammsbräu-Website beschrieben:

www.lammsbraeu.de/produkte/produktion

Mehr zum Thema
Integriertes
Management-
System in Kapitel
1.2.5:

➔ Seite 19

6.2

Alles im Fluss – die Stoffströme der Brauerei

In einer Input-Output-Bilanz dokumentiert die Neumarkter Lammsbräu ihre eingekauften, mengenmäßig erfassbaren Stoffe und Materialien, die für die Herstellung von Bio-Getränken benötigt werden. In dieser Zusammenstellung werden auch Kuppelprodukte, Abfall- und Wertstoffe sowie verschiedene gasförmige Emissionen erfasst. Diese Stoffe werden entweder weiterverwendet oder in Form von Abwärme, Abluft oder Schall an die Umwelt abgegeben.

Wichtigster Input für die Brauerei sind Wasser, Wärmeenergie (überwiegend erzeugt aus Erdgas und in der Mälzerei teilweise aus Sonnenenergie) sowie Strom aus Wasserkraft (mit einem kleinen Anteil erzeugt aus Erdgas). Auch Treibstoffe, die ökologischen Brau- und Limonadenrohstoffe sowie verschiedene Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen und Labormaterialien gehören mengenmäßig zu den wichtigsten Stoffen auf der Input-Seite. Doch wie wird dieser Input verwendet?

- **Wasser:** Als Grundlage für die Getränke findet es sich größtenteils in den Produkten der Neumarkter Lammsbräu. Bereits einmal genutztes Wasser, sogenanntes Brauchwasser, wird vorzugsweise in der Kühlung oder Flaschenabfüllanlage wiederverwendet. Als Abwasser wird es schließlich über den Mischwasserkanal in die Neumarkter Kläranlage eingeleitet.

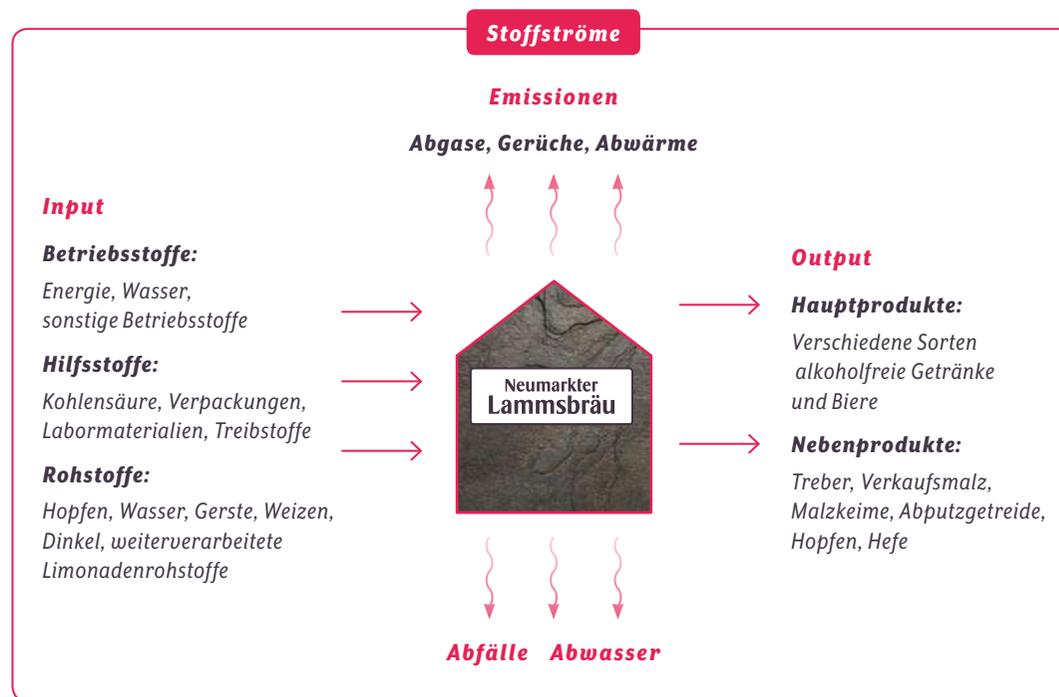


Abb. 6.1: Betriebsbilanz In- und Output der Neumarkter Lammsbräu*

- **Wärme und Strom:** Energie treibt Anlagen an und wandelt die Rohstoffe in Getränkeprodukte um. Die Braurohstoffe werden mithilfe der Energie in der Mälzerei veredelt, im Sudhaus umgewandelt und im Gärkeller unter Zuhilfenahme von Hefe teilweise verstoffwechselt – hierbei entstehen vor allem Gerüche.
- **Organische und anorganische Kuppelprodukte:** Im Herstellungsprozess entstehen Kuppelprodukte wie zum Beispiel Treber (siehe auch Tab. 6.1: Nebenprodukte). Sie werden so weit wie möglich weiterverwendet. Der Treber wird beispielsweise als Tierfutter weiterverkauft.

- **Hilfs- und Betriebsstoffe:** Verbrauchte Hilfs- und Betriebsstoffe (siehe auch Tab. 6.1) werden einer geordneten Verwertung zugeführt oder entsorgt.

Die Gegenüberstellung der Stoffströme als absolute In- und Outputmengen zeigt für das Jahr 2017 folgende wesentlichen Ergebnisse (zur Übersicht siehe Tab. 6.1)¹: Wie in den Vorjahren stieg der Gesamtausstoß an Hektolitern. In 2017 lag die Steigerung im Vergleich zum Vorjahr bei 5 Prozent.

Die Anlieferung von Weizen ist etwa um ein Viertel gesunken, was lediglich damit zu tun hat, dass noch Lagerbestände aus der Vorjahresernte genutzt werden konnten.

*Quelle verändert nach Hopfenbeck, W., Jasch, C. (1993). Öko-Controlling. Umdenken zahlt sich aus! Audits, Umweltberichte und Ökobilanzen als betriebliche Führungsinstrumente. Landsberg/Lech: Verlag Moderne Industrie, S. 268.

¹ Hinweis
Für die Berechnungen ab 2016 und 2017 sind die beiden vorübergehend ausgelagerten, aber nahe der Brauerei gelegenen Standorte Stauf (Festeteam & Lagerung des Feste-Inventars) sowie Blomenhof (Leergutsortierung) bedingt durch die Baumaßnahmen am Brauereistandort mit einkalkuliert.

Das verwendete Brauchwasser ist um 13 Prozent angestiegen, die eingekaufte Kohlensäure um 23 Prozent und die eingesetzten Paletten haben sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt. Aufgrund des Mehrausstoßes und einem damit verbundenen höheren Reinigungsaufwand sowie durch den Einsatz unseres neuen Tunnelpasteurs und der Inbetriebnahme des neuen Gär- und Lagerkellers mit 10 neuen Tanks, haben wir ebenso knappe 11 Prozent mehr Reinigungs- und Desinfektionsmittel im Vergleich zum Vorjahr bezogen. Hingegen hat sich die Menge an Etikettengarnituren um knapp 40 Prozent und die Menge an eingesetzten Treibstoffen um ca. 15 Prozent reduziert. Letzteres führt zu verminderten CO₂e und Luftschadstoffen, was positiv zu bewerten ist.

Auf der Output-Seite schlagen im Vergleich zum Vorjahr die gestiegenen Ausstoßmengen von insgesamt 202.928 hl zu Buche. Die Schadstoff- und Treibhausgasemissionen aus dem Treibstoffverbrauch des Fuhrparks und der Wärmebereitstellung aus den Kesseln werden seit 2012 mit den regelmäßig aktuell angepassten Emissionsfaktoren aus der Datenbank GEMIS 4.9 (ProBas des Umweltbundesamtes 2010 – Gas-HW-Klein-DE-2010) sowie dem Emissionsberechnungsmodell TREMOD 5.72 (10/2017) für Pkw und Lkw als auch TREMOD-MM 4.3 (2017) für Stapler bilanziert.

Die Luftschadstoffe haben sich allesamt verbessert, was insbesondere der Modernisierung des Kesselhauses durch Einsatz von klimafreundlichem Erdgas sowie Verbesserungen im Fuhrpark durch Einsatz alternativer Antriebstechnologien und verringerten Treibstoffverbräuchen zuzuschreiben ist.

Im Bereich der Abfälle gab es 2017 wenige gravierende Veränderungen: Erfreulicherweise hat sich die Menge an gefährlichen Abfällen fast halbiert.

Tab. 6.1.: Übersicht aller Input-Output Werte und Trendentwicklung (2012-2017)

	Input	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit	Trend
1	Rohstoffe								
1.1	Trinkwasser	24.301	25.076	27.539	29.575	33.004	35.041	m ³	↗
1.2	Gerste	2.555,4	2.025,3	2.197,9	1.787,6	1.735,3	1.601,3	t	↘
1.3	Weizen	466,2	503,8	274,0	138,6	345,6	220,4	t	↘
1.4	Dinkel	0,0	39,9	123,9	0,0	33,0	30,4	t	→
1.5	Hopfen	16,2	26,5	31,9	21,7	24,2	26,1	t	→
1.6	Limonadengrundstoffe	390	454	454	563	631	637	t	↗
2	Betriebsstoffe								
2.1	Energie								
2.1.1	Strom	1.744.841	1.807.320	1.826.844	1.939.707	2.204.225	2.304.200	kWh	→
2.1.2	Wärme	5.787.184	6.568.593	5.932.380	5.845.029	7.197.997	7.275.522	kWh	↗
2.2	Wasser								
2.2.1	Brauchwasser	49.483	50.854	52.397	57.739	67.522	76.365	m ³	↗
2.2.2	Regenwasser	522	664	243	97	83	397	m ³	↘
2.3	Sonstige Betriebsstoffe								
2.3.1	Kühlmittel Glykol	0,0	0,4	0,9	2,0	1,0	1,0	t	↑
2.3.2	Schmierstoffe	2,4	2,9	2,3	4,0	6,7	4,8	t	↑
2.3.3	Filterhilfsmittel	17,6	8,9	22,1	16,9	25,1	26,1	t	↗
2.3.4	Reinigungs- und Desinfektionsmittel	136,6	121,9	143,0	169,6	202,3	224,2	t	↗



Tab. 6.1.: Übersicht aller Input-Output Werte und Trendentwicklung (2012-2017)

	Input	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit	Trend
3	Hilfsstoffe								
3.1	Kohlensäure								
3.1.1	Kohlensäure-Eigengewinnung	87,8	103,2	67,8	62,0	55,3	67,6	t	↘
3.1.2	Kohlensäure-Einkauf	310,3	378,8	363,1	411,6	470,6	506,9	t	↗
3.2	Verpackungen								
3.2.1	Kronkorken	23.992.190	26.165.230	36.827.500	34.895.270	46.140.490	42.249.370	St	↗
3.2.2	Schraubverschlüsse	2.278.700	3.108.730	3.148.240	4.043.910	4.870.870	4.516.460	St	↗
3.2.3	Neuglas	1.521,8	1.979,6	1.781,6	1.904,5	2.169,6	2.113,0	t	↗
3.2.4	Etikettenleim	6,8	8,6	9,2	9,2	16,1	13,2	t	↗
3.2.5	Etikettengarnituren (Flaschen)	32.777	25.718	42.060	47.584	60.340	50.790	Tsd. St	↗
3.2.6	Etikettengarnituren (Fässer und Umkartons)	102.000	73.500	84.200	65.500	78.000	48.000	St	↘
3.2.7	Getränkekästen	245,8	117,2	224,0	264,7	291,6	249,0	t	↗
3.2.8	Fässer	6	500	200	12	2	357	St	→
3.2.9	Paletten	2.896	3.746	6.230	5.667	5.536	9.563	St	↗
3.2.10	Verpackungsmaterial (Palettenbinder, Stretchfolie)	2,9	1,5	1,7	1,7	1,6	3,2	t	→
3.3	Labormaterialien								
3.3.1	Analysematerialien	0,3	0,3	0,3	0,2	0,5	0,5	t	↗
3.4	Treibstoffe								
3.4.1	Pkw- /Lkw-Treibstoffe	95,1	99,5	106,4	95,5	117,5	100,3	t	→
3.4.2	Gabelstaplergas	0,7	0,8	0,6	0,5	0,5	0,2	t	↘



Tab. 6.1.: Übersicht aller Input-Output Werte und Trendentwicklung (2012-2017)

	Output	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit	Trend
1	Hauptprodukte								
1.1	Bio-Bier	67.630	69.098	76.660	78.939	86.746	88.459	hl	↗
1.2	Alkoholfreie Getränke	67.720	78.246	86.352	99.446	105.728	114.469	hl	↗
2	Nebenprodukte								
2.1	Malz (Verkauf)	51,3	40,7	40,4	48,2	42,1	48,8	t	→
2.2	Hopfen (Verkauf)	247	181	320	275	250	180	kg	→
2.3	Malzkeime	45,7	54,9	47,7	51,5	60,0	64,9	t	↗
2.4	Bio-Treber	2.081,8	2.296,2	2.650	2.664,6	3.254,5	3.134,3	t	↗
2.5	Hefe (Verkauf)	8,4	0,9	1,2	2,0	1,5	1,4	t	↘
2.6	Abputzgetreide	38,1	36,1	15,8	63,9	94,2	90	t	↗
3	Abwasser	47.147	47.735	47.814	50.633	66.942	72.473	m ³	↗
4	Emissionen (Betrieb + Fuhrpark)*								
4.1	Wasserdampf	807,3	822,1	888,7	943,4	1.050,4	1.102,4	t	↗
4.2	Staub / Ruß / Partikel	49	50	46	43	47	26	kg	↘
4.3	CO	813	816	823	788	792	801	kg	→
4.4	CO ₂ e	1.358	1.349	1.420	1.615	1.846	1.592	t	↗
4.5	SO ₂	203	200	211	361	656	84	kg	↗
4.6	NO _x	1.977	1.988	2.016	2.316	2.488	2.158	kg	→
4.7	NM VOC	141	141	129	128	134	769	kg	↘
5	Abfälle								
5.1	Abfälle zur Verwertung	612,3** (282,3)	517,9	289,9	2.366,9*** (210,9)	1.046,8*** (434,8)	258,68*** (418,7)	t	→
5.2	Abfälle zur Kompostierung (Kieselgur, Mälzereistaub)	82,7	65,1	77,7	76,5	94,3	94,9	t	↗
5.3	Hausmüllähnlicher Gewerbeabfall (Restmüll)	28,3	33,3	98,9	112,9	48,2	40,6	t	↗
5.4	Gefährliche Abfälle (Spül- lage, Laborchemikalien, Altöl, Asphaltaufruch etc.)	8,6	2,8	5,5	67,4*** (2,3)	73,2*** (8,7)	8,3*** (4,2)	t	→
5.5	Sonstige Abfälle (Altreifen)	0,4 (10 St.)	1,6 (42 St.)	0,85 (20 St.)	0,54 (14 St.)	1,21 (26 St.)	0,69 (14 St.)	t	→

* Die Emissionswerte setzen sich zusammen aus den Emissionen der Feuerungsanlagen, den Fuhrparkemissionen (Lkw+Pkw) sowie den Emissionen, die durch den innerbetrieblichen Gabelstaplerverkehr verursacht werden sowie sonstige flüchtige Emissionen im Rahmen des Produktionsprozesses (u.a. Kältemittelleckagen). Diese Daten enthalten keine Emissionen, die bei den vorgelagerten Wert- bzw. Schadschöpfungsstufen von Treibstoffen sowie Energieträgern für die Wärmeversorgung anfallen. Seit dem Jahr 2012 wird für die Pos. 4.2 bis 4.7 mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der Datenbank GEMIS (derzeit Version 4.9)(ProBas des Umweltbundesamtes 2010 - Gas-HW-klein-DE-2010 Trendberechnung für die letzten 6 Jahre) sowie dem UBA Emissionsberechnungsmodell TREMOD-MM (derzeit 4.3 (2017) bzw. 5.72 (10/2017)) bilanziert.

** davon 330 t Aushubmaterial aus Sand und Steinen, fällt nicht regelmäßig an.

***zusätzlich angefallen durch Abbrucharbeiten der Brauerei am Standort.

(Näheres zur Trendberechnung der Input/Output Bilanz siehe Anhang)

Nachhaltigkeit bei der Neumarkter Lammsbräu



Ökostrom



Umstellung auf LED



Solarthermie auf Mälzereidach



Mehrwegsystem



100 Prozent „Go Green“ bei Versand von Paketen & Päckchen: 1,44 t CO₂e-Einsparungen



Bewegungsmelder in Räumen mit kurzfristigem Aufenthalt



Neue effiziente techn. Anlagen (Tunnelpasteur, Kesselhaus)



Verpackung: PVC freie Kronkorken, Nachhaltige Etiketten (schwermetallfrei, in Planung: Cradle to Cradle)



Klimaneutraler Druck bei externen Druckerzeugnissen



Rigolensystem



Regenwassersammelanlage



Nachhaltige Mobilität: Erdgasautos



Blauer Engel/Recyclingpapier/ generell umweltfreundliche Büromaterialien



Green IT: Einsatz von TCO zertifizierten Monitoren mit Energieeinstufung A oder besser



Insektenhotel im Eingangsbereich



Neuer natürlicher Steingarten mit Ackerwildkräutern und Getreidesorten, neue Bäume am Mitarbeiterparkplatz, Brotzeitplatz „im Grünen“ für die Mitarbeiter



Neues Insektenhotel



Nistkästen für Mauersegler am Brauereigelände

In Planung
Azubi-Projekt 2018

6.3

EMAS-Kernindikatoren wesentlicher Umweltthemen

In den nachfolgenden Unterkapiteln werden alle EMAS-Kernindikatoren anhand der mit dem Brauprozess verbundenen direkten Umweltaspekte dargestellt, aus denen die Umweltleistung mittels messbarer Kennzahlen hervorgeht (siehe Abb. 6.2). Sie sind teilweise erweitert um GRI-Indikatoren entsprechend der für diesen Bericht ermittelten wesentlichen Themen.

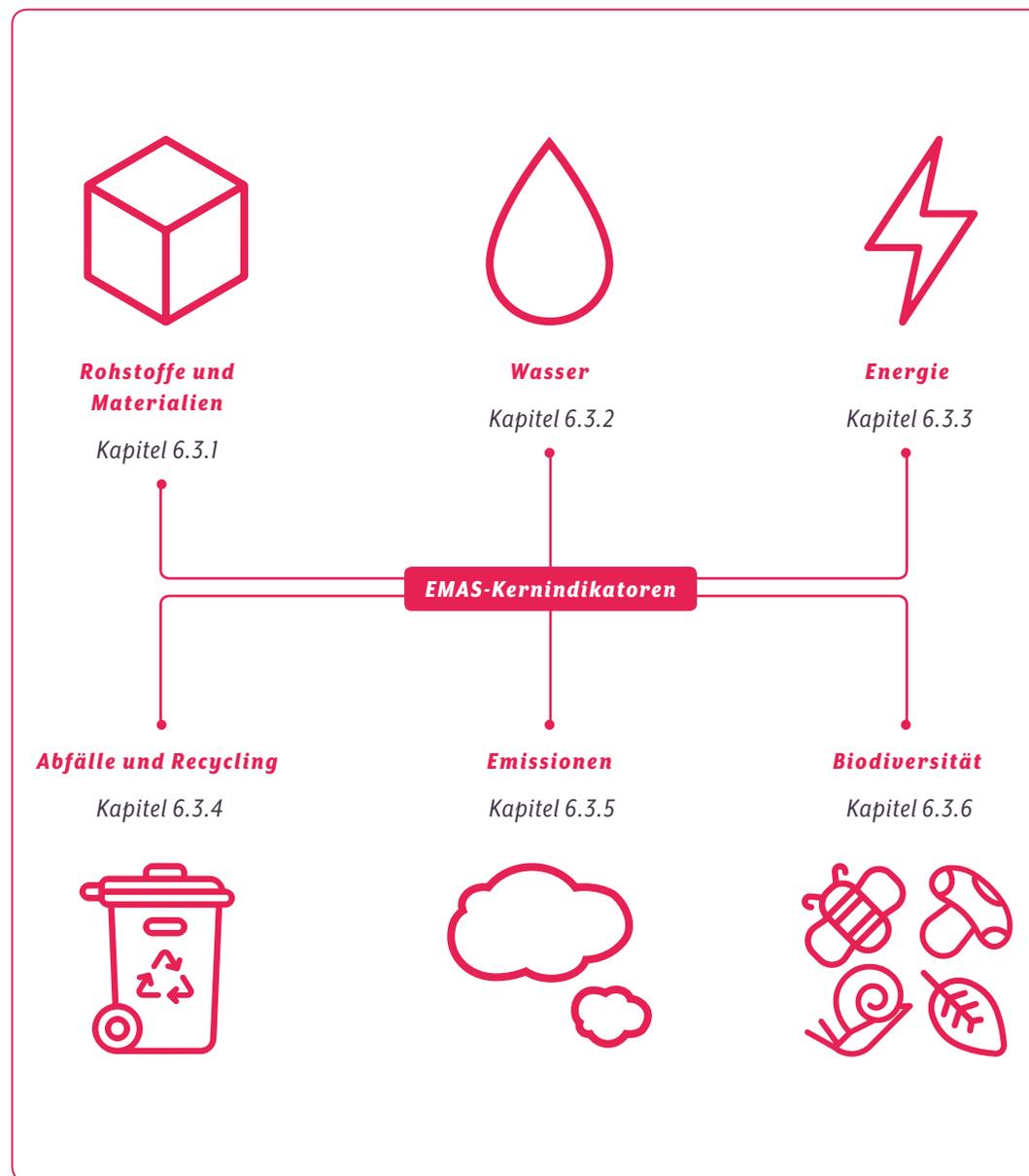


6.3.1

Rohstoffe und Materialien

Die Neumarkter Lammsbräu berechnet folgende Kernindikatoren nachhaltigen Wirtschaftens:

- Menge der Materialien, die zur Herstellung und Verpackung verwendet werden, sowie deren Verbrauch
- Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, inklusive Rezyklate an sämtlichen Roh-Hilfs- und Betriebsstoffen (ohne Wasser- und Stromverbrauch)
- Anteil von Bio-Rohstoffen am gesamten Rohstoffverbrauch
- Anteil regional erzeugter Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe (ohne Wasser) am Gesamtverbrauch sämtlicher Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe. Als „regional“ erzeugte Materialien werden dabei solche Stoffe definiert, die innerhalb eines 100 km Radius um die Brauerei erzeugt oder hergestellt und zur Brauerei geliefert werden (siehe auch Kap. 5). Vorstufen in der Lieferkette werden hier nicht berücksichtigt.



Mehr zum Thema
Regionale Rohstoff-
beschaffung
in Kapitel 5:
➔ Seite 75 ff

Abb. 6.2.: EMAS-Kernindikatoren zur Messung direkter Umweltaspekte im Überblick

Wie der Tabelle 6.2 zu entnehmen ist, ist der spezifische Materialverbrauch im Jahr 2017 mit 0,58 Tonnen Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen und Verpackungen pro Hektoliter Verkaufsgetränk leicht angestiegen. Im Vergleich zum Hektoliterausstoß hat der Materialverbrauch überproportional zugenommen. Dies ist unter anderem auf die erhöhte Brauchwassermenge zurückzuführen, die wie im Vorjahr gestiegen ist. Die Menge an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie Verpackung ist in der Gesamtsumme ähnlich geblieben. Der prozentuale Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sank 2017 leicht auf 75 Prozent. Alle Stoffe sowie Verpackungen werden überwiegend von externen Lieferanten bezogen – lediglich ein Teil der Kohlensäure wird in der Brauerei selbst gewonnen.

Der Anteil der aus der Region eingekauften Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe ist auf 33,8 Prozent gesunken. Grundsätzlich besteht der Anspruch, die Braurohstoffe komplett aus der Region zu beziehen. 2017 ist der geringere Wert darauf zurückzuführen, dass teilweise der hohe Qualitätsanspruch der Neumarkter Lammsbräu nicht erreicht werden konnte und dadurch nur ca. 73 Prozent aller Braurohstoffe (Ernte 2016 und 2017, bezogen auf die Anlieferungen aus dem Kalenderjahr 2017) regional bezogen werden konnte. Die Feuchtigkeit war das bestimmende Thema während der gesamten Vegetationsperiode, besonders aber während der Ernte im Jahr 2016. Auch viele EZÖB-Landwirte hatten mit teilweise erheblichen Ernteausschlägen zu kämpfen, was ein Ausweichen auf Marktgesellschaften notwendig machte.

Mehrweg statt Einweg

Selbstverständlich Mehrweg: Seit jeher setzt die Neumarkter Lammsbräu umweltschonende Verpackungen ein und verringert somit ihren Materialverbrauch. Die Getränke der Brauerei werden ausschließlich in Glasflaschen abgefüllt und anschließend mit Etiketten und

Tab. 6.2.: Übersicht des Material- und Rohstoffeinsatzes für den Zeitraum 2012-2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Materialverbrauch gesamt (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen, Brauch- und Trinkwasser)***	79.695	82.719	85.939	92.881	106.765	117.423	t
Materialverbrauch gesamt (Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Verpackungen)***	5.911	6.789	6.003	5.567	6.238	6.017	t
Prozentualer Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate ** = (Anteil regenerativer Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe + Rezyklate/ Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)	80,0	81,6	79,3	75,9	75,3	75	%
Spezifischer Materialverbrauch	0,59	0,56	0,53	0,52	0,55	0,58	t/hl VG*
Prozentualer Anteil regionaler Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe = (Anteil regionaler Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe/ Gesamtverbrauch Roh-, Hilfs-, Betriebsstoffe)***	27,2	18,4	37,1	40,5	36,3	33,8	%

VG* = Verkaufsgetränk, ** Schätzwerte, *** Grundlage: Daten aus Buchhaltung, Input/Output und eigene Kalkulationen

einem Verschluss versehen. Gemeinsam mit den Kisten durchlaufen sie das klassische Mehrwegsystem. Nach dem Gebrauch werden die Flaschen gewaschen und im Schnitt je nach Gebindegröße und Sorte zwischen 25 und 40 Mal wieder befüllt*. Nach Ende des Mehrwegkreislaufs wird das Glas aufbereitet und wiederverwendet. Mit diesem System nutzt die Brauerei ihre Ressourcen effizient und vermeidet Müll durch die konsequente Ablehnung von Plastikflaschen. Die Zuständigkeit für den Einsatz des Mehrwegsystems liegt im Bereich der Logistik (siehe Kap. 1.2.3).



Mehr zum Thema Leergut in Kapitel 1.2.3: [Seite 16](#)

*Quelle: Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (ifeu) (2010). Zusammenfassung der Handreichung zur Diskussion um Einweg- und Mehrweggetränkeverpackungen. Heidelberg. URL: [www.ifeu.de/oekobilanzen/pdf/IFEU/20Handreichung-zur-Einweg-Mehrweg-Diskussion \(13Juli2010\).pdf](http://www.ifeu.de/oekobilanzen/pdf/IFEU/20Handreichung-zur-Einweg-Mehrweg-Diskussion%20(13Juli2010).pdf), Zugriff am: 07.02.2018

Cradle to Cradle® - Auf dem langen Weg zum schadstoffarmen Etikett

2016 und 2017 startete die Neumarkter Lammsbräu ein neues Projekt mit dem ursprünglichen Ziel, ein zu 100 Prozent nach Cradle to Cradle®-Kriterien kompostierbares Etikett zu entwickeln. Dies konnte allerdings noch nicht erreicht werden. Die Schwachstelle ist das Papier, der Hauptbestandteil der Etiketten: Da die Hersteller des Materials ihre Inhaltsstoffe nur begrenzt offenlegten, konnten die Kriterien an dieser Stelle nicht vollständig geprüft werden.

Eine andere, derzeit nicht überwindbare Herausforderung ist die Ablösung der Etiketten in der Flaschenwaschmaschine: Dort würden sich die kompostierbaren Etiketten mit nicht kompostierbaren Waschsubstanzen sowie mit den Etiketten anderer Brauereien aus dem Gebinde-Pool vermischen – somit würden auch kompostierbare und nicht kompostierbare Etiketten vermischt. Eine getrennte Reinigung der Flaschen verschiedener Brauereien aus einem Pool ist derzeit logistisch nicht möglich.

Das Ziel wurde somit angepasst und liegt in der Entwicklung eines für den biologischen Kreislauf unbedenklichen Etiketts durch die Substitution schädlicher Inhaltsstoffe. Im Bereich der Farben und Pigmente konnten positive Ergebnisse erzielt werden: Sie sind bereits deutlich umweltfreundlicher geworden. Von Haus aus sind die Etiketten der Lammsbräu-Getränke außerdem bereits seit Jahrzehnten frei von Schwermetallen. Was das Papier angeht, wird die Brauerei die Marktentwicklungen der nächsten Jahre ganz genau beobachten: Das letzte Wort ist in Sachen Cradle to Cradle®-Zertifizierung noch nicht gesprochen.



GLOSSAR

Cradle to Cradle®-Zertifizierung

Die Cradle to Cradle Certified™-Zertifizierung umfasst bei der Bewertung von Produkten verschiedene Faktoren und Ebenen der Herstellung, Nutzung und Wiederverwertung. Im Zertifizierungsstandard werden zudem kontinuierliche Produktoptimierungsprozesse berücksichtigt, die zeigen, dass Produkte und Herstellungsverfahren auf dem Weg zu einer besseren Verträglichkeit für Mensch und Natur sind.

Kriterien für die Zertifizierung sind unter anderem ein verantwortungsvolles Wassermanagement, die Materialgesundheit der eingesetzten Inhaltsstoffe sowie die Kreislauffähigkeit des Produktes im technischen und biologischen Kreislauf.

6.3.2
Wasser

Wasser ist für die Brauerei ein wertvolles Gut, denn es ist die Basis für die Herstellung des gesamten Getränkeassortiments. Wassermanagement und Wasserschutz haben deshalb schon seit Jahrzehnten bei der Neumarkter Lammsbräu oberste Priorität. Zu Maßnahmen in diesem Bereich gehören die Förderung eines bewussten Umgangs mit Wasser durch Wissensvermittlung und Sensibilisierung, der Wasserschutz durch Bio-Lebensmittelanbau und Förderung von Renaturierungsmaßnahmen sowie die zusätzliche Nutzung von Regenwasser, um den Frischwasserverbrauch zu reduzieren.

Besonders in der Produktion kann die Ressource Wasser durch verschiedene durchdachte Recyclingverfahren noch gezielter eingesetzt werden [▶\(siehe auch www.lammsbraeu.de/produkte/produktion\)](http://www.lammsbraeu.de/produkte/produktion):

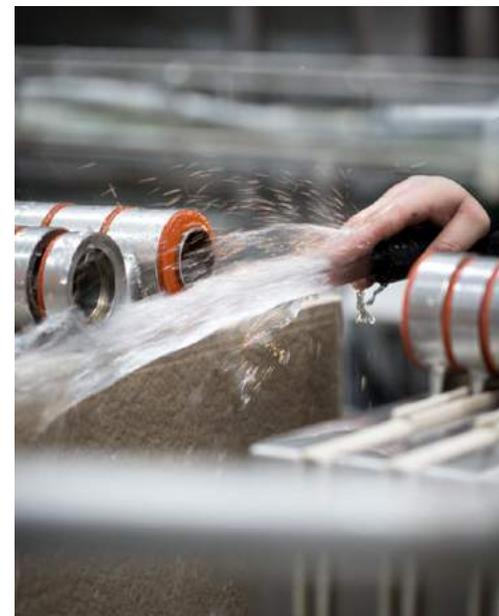
• **Cleaning in Place (CIP):** Die drei CIP-Anlagen (Cleaning In Place) sind so konzipiert, dass das verwendete Zwischenspülwasser nach der Hauptreinigung wieder zur nächsten Vorreinigung verwendet wird. Momentan wird an einer Optimierung dieser Stapelwassernutzung gearbeitet.

• **Neue Drucktanks:** Durch die neuen Drucktanks können die Lagertanks verstärkt geleert werden und erhöhen damit die Lagerkellerkapazität. Durch größere Chargen werden die Reinigungszyklen und damit der Wasserverbrauch verringert.

• **Flaschen- und Kistenreinigung:** Das laugenhaltige Reinigungswasser wird nach der Flaschenreinigung dazu verwendet, die Getränkekästen vorzureinigen. Nach diesem „Vorwaschgang“ wird dann nur noch einmal mit Frischwasser nachgespült. So wird der

Frischwasserverbrauch kontinuierlich niedrig gehalten.

• **Frischwassereinsparung im Würze-Kreislauf:** Interne Audits und das Verbesserungsvorschlagswesen sorgen immer wieder für neue Ideen und Umsetzungen, Wasser nachhaltig, also auf lange Sicht, einzusparen. Beim Würze-Kreislauf wird nach Ausschleichen von Lauge und Säure nochmals mit Frischwasser gespült. Als Maßnahme der Verbesserung wurde von einem Mitarbeiter aus der Produktion vorgeschlagen: Den Schritt „Spülung Frischwasser“ rauszunehmen, da beim Ausschleichen von Lauge und Säure schon Frischwasser bis zum Ende CIP Sudhaus ansteht. Der Vorschlag wurde umgesetzt und es können bei bspw. 589 Suden (in etwa Jahresmenge 2016) 6480 hl Frischwasser eingespart werden.



Tab 6.3.: Übersicht spezifischer Wasserverbrauchswerte für den Zeitraum 2012-2017

Spezifische Wasserverbrauchswerte	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Gesamtbetrieb							
Spez. Wasserverbrauch	6,6	6,3	5,8	5,8	6,1	6,6	hl/hl VG*
Spez. Abwassermenge	4,2	3,9	3,4	3,4	4,0	4,3	hl/hl VG*
Brauerei							
Spez. Wasserverbrauch	5,3	5,2	5,4	5,5	5,8	6,1	hl/hl VG*
Mälzerei							
Spez. Wasserverbrauch	2,5	2,9	2,6	2,4	2,9	4,0	hl/dt** Fertigmalz

VG* = Verkaufsgetränk; dt** = Dezitonne (100 kg). Berechnung inklusive der vorübergehenden Außenstandorte der Brauerei.



Trotz dieser Maßnahmen hat sich der Wasserverbrauch der Brauerei im Jahr 2017 stark erhöht: Gründe hierfür sind u. a. ein erhöhter Reinigungsaufwand durch die Inbetriebnahme und das vorübergehend neue Einspielen der Prozesse in neuen Gär- und Lagertanks und der Einsatz eines neuen Tunnelpasteurs. Zuständig für Wassereinsparungen sind die jeweiligen Prozessverantwortlichen in den einzelnen Produktionsbereichen.

Im Bereich des Wasserverbrauches hat sich die Brauerei das freiwillige Ziel gesetzt, im folgenden Jahr die

Prozesse weiter zu verbessern und entsprechende Anpassungen vorzunehmen wie bspw. die Aktualisierung und Digitalisierung des bestehenden Wasserleitplans mit Festlegung von Messpunkten, um hier konkreter Daten erheben und Maßnahmen ableiten zu können, die zu einer Verbesserung der definierten Kennzahlen führen (siehe Kap. 7).

Das Wasser zur Produktion und Getränkeabfüllung wird unterschiedlichen Quellen entnommen (siehe Tab. 6.4).

Mehr zum Thema Ziele und Maßnahmen in Kapitel 7: [siehe Seite 104 ff](#)

Tab. 6.4.: Übersicht der Wasserentnahme und -verwendung 2017

Art der Quelle	Entnommene Menge*	Einheit
Stadtwasser	42.412	m ³
Brunnen vor Ort	68.591	m ³
Regenwasser	397	m ³

*Daten entnommen aus Abrechnungen und Zählern; Erhebung auf Basis des Energieberichtes/technisches Controlling.

6.3.3
Energie

Jedes produzierende Gewerbe, so auch die Neumarkter Lammsbräu, benötigt Energie: Ein hoher Energieverbrauch oder auch „nicht regenerative“ Energieträger tragen zum Klimawandel bei. Daher hat die Brauerei im vergangenen Berichtsjahr mehrere Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt. Besonders energieintensive Prozesse in der Produktion sind:

- die Lösung der Inhaltsstoffe aus Malz und Naturdoldenhopfen in der Sudpfanne. An dieser Stelle wird kochendes Wasser, und damit Wärme, zugegeben.
- die Weiterverarbeitung des frischen Sudes im Gär- und Lagerkeller. Hier werden große Mengen an Kälteenergie benötigt, die die hauseigene Kälteanlage liefert.
- das Darren der gekeimten Gerste zu Malz.
- die Reinigung der Mehrwegflaschen. Hier sind ebenfalls erhebliche Mengen an Wärmeenergie nötig.

➤ siehe www.lammsbraeu.de/produkte/produktion

Einen bedeutenden Schritt hin zu einer saubereren Energieversorgung ist die Neumarkter Lammsbräu Ende des Jahres 2016/Anfang 2017 gegangen: Heizöl spielt seitdem als Energieträger nur noch eine marginale Rolle. Durch die Erneuerung der Energiezentrale wird es durch das klimafreundliche Erdgas ersetzt. Mittelfristig (bis 2025) ist gemäß der Unternehmensplanung der Einsatz regenerativer Energieträger geplant.

Signifikante Ergebnisse wurden bereits 2017 sichtbar: Für die Wärmebereitstellung wurde Erdgas zu 94 Prozent, Heizöl nur noch zu 6 Prozent genutzt (im Vergleich zu 2016: Erdgas: 55 Prozent; Heizöl: 45 Prozent). Denn es werden mittlerweile nur noch zwei kleine Zelt-

heizungen in der Kfz-Werkstatt und der Leichtbauhalle mit Öl betrieben. Doch auch hier ist eine Umstellung auf klimafreundlichere Alternativen in Planung.

Da ein besonders hoher Anteil des Energiebedarfs als Wärme benötigt wird (2017 knapp 76 Prozent des Gesamtverbrauchs), wurden seit 2016 und Anfang 2017 zwei der früheren Heizkessel durch neue Hochdruck-Heißwasserkessel ersetzt. Sie sind für den Hauptteil der Wärmeversorgung verantwortlich und liefern mit jeweils 2,5 Megawatt die notwendige Energie für viele Anlagen: unter anderem das Sudhaus, die Mälzerei und den Tunnelpasteur. Die neuen Kessel arbeiten vor allem im Hinblick auf die unterschiedlichen Wärmeverbräuche der zu versorgenden Anlagen mit einem optimalen Wirkungsgrad und können den Bedarf effizienter regeln als die bisherige Energiezentrale. Als weitere Besonderheit wurde zusätzlich eine Mikrogasturbine installiert, die neben Wärme auch Strom erzeugt.

Wie ➤ Tabelle 6.5 zeigt, verbesserte sich der spezifische Wärmeverbrauch um 1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr nur leicht. Gründe hierfür sind die gestiegene Absatzmenge und die Vorfertigung von Malz für 2018. Dadurch erhöhte sich die Anzahl an Darren von 157 in 2016 auf 192 in 2017.

Info

**100 % Ökostrom,
100 % Lammsbräu**

Seit 2011 bezieht die Brauerei für ihren gesamten Strombedarf Ökostrom der Natur Energie AG. Der Anbieter ist mit dem Grüne Strom Label zertifiziert – er bezieht seinen Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen. Darüber hinaus garantiert die Natur Energie AG, ihren Überschuss in neue Anlagen und innovative Energieprojekte zu investieren. Das Grüne Strom Label ist das älteste Stromlabel für regenerative Energien und wird von führenden Umweltverbänden, wie NABU, DNR, BUND und EUROSOLAR empfohlen und getragen.

Tab. 6.5.: Übersicht spezifischer Energieverbrauchswerte für den Zeitraum 2012-2017

Spezifische Energieverbrauchswerte	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Energieverbrauch (Strom und Wärme)	69,3	63,6	58,8	59,0	57,7	57,5	kWh/hl VG*
Spezifischer Stromverbrauch gesamt	15,6	14,9	13,2	12,9	13,3	13,6	kWh/hl VG*
Spezifischer Wärmeverbrauch gesamt	53,7	48,7	46,2	46,6	44,8	44,4	kWh/hl VG*
Prozentualer Anteil regenerativer Energie = (Anteil regenerative Energie/ Gesamtenergieverbrauch)	22,5	23,5	22,7	22,3	23,4	24,1	%

VG* = Verkaufsgetränk. Die Berechnung erfolgte auf Basis des Energieberichtes/technisches Controlling, seit 2015 inklusive der vorübergehenden Außenstandorte der Brauerei. (Näheres zur Berechnung siehe Anhang)

Der spezifische Stromverbrauch verschlechterte sich um 2,2 Prozent auf 13,6 kWh pro Hektoliter Verkaufsgetränk. Dies lag u.a. an den längeren Laufzeiten der Kälteanlage. Der selbst erzeugte Strom durch die Mikrogasturbine ist hier mit hinein gerechnet.

Der prozentuale Anteil regenerativer Energie hat sich im Vergleich zum Vorjahr gesteigert, da der Wärmeverbrauch nur geringfügig und der Stromverbrauch hingegen deutlich gestiegen sind. Für Kraftstoffe verwendet die Neumarkter Lammsbräu keine regenerativen Quellen.

Im Jahr 2018/2019 soll ein Energiemanagementsystem aufgebaut werden, um weitere Energie-Steuerungsgrößen in den einzelnen Prozessen zu integrieren. Eine besondere Rolle wird dabei dem Energiemanager zuteil, dessen Position neu geschaffen wurde. Er ist dafür verantwortlich, Einsparpotenziale für energieintensive Prozesse zu identifizieren und Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten.

Insgesamt verbrauchte die Neumarkter Lammsbräu im Jahr 2017 absolut betrachtet nur ein Prozent mehr Strom- und Wärmeenergie als im Vorjahr, und das trotz wesentlich höherer Ausstoßmengen. Insgesamt verbrauchte die Brauerei 26.191.880 MJ Wärme zur Herstellung ihrer Getränke. Dabei stieg der absolute Stromverbrauch um 4,5 Prozent auf 8.295.121 MJ an (siehe Tab. 6.6).

Als Hilfsstoff im Bereich der Kraftstoffe wurde bei den Lkws AdBlue eingesetzt. AdBlue wird dem Diesel beigemischt und wirkt als kathalytischer Oxidator, dadurch werden Stickoxide reduziert.

Tab. 6.6.: Energieverbrauch innerhalb der Neumarkter Lammsbräu in 2017

Verbrauch von	Menge mit Einheit*	Menge in MJ (Mega Joule)
Kraftstoffen		
Diesel	96.736 Liter	3.460.247
Benzin	1.283 Liter	41.685
Erdgas	1.777 kg	89.560
Energie		
Elektrischem Strom	2.304.200 kWh	8.295.121
Heizenergie	7.275.522 kWh	26.191.880
Kühlenergie	808.319 kWh	2.909.948
Gesamtenergieverbrauch		40.988.435,08

*Datengrundlage ist der interne Energiebericht/technisches Controlling (siehe Anhang).

Mehr zu den Umrechnungsfaktoren siehe Anhang: [Seite 119](#)





6.3.4 Abfälle und Recycling

Die Deutschen sind Recycling-Weltmeister. Doch nicht nur in Privathaushalten wird getrennt, was die Tonne hergibt. Auch die Neumarkter Lammsbräu legt großen Wert auf den korrekten Umgang mit ihren Abfällen. Verpackungen werden in der Brauerei daher stets sachgemäß recycelt. Doch nur die Wiederverwertung allein reicht nicht aus: Dort wo es möglich ist, werden Abfälle eingespart. Die gesamte reguläre Abfallmenge sank aufgrund dieses Anspruchs im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozent, was einer Differenz von etwa 27 Tonnen entspricht (siehe Anhang).



Abfälle und Recycling

Art des Abfalls

Gesenkt um

Grund



Entsorgte Getränkeboxen



Die Menge ist abhängig vom Rücklauf und schwankt jährlich.



Schraubverschlüsse und Alu-Kapseln



2016 wurde aufgrund von Lieferengpässen der Hersteller gewechselt, dieser hat aber die Schraubverschlüsse nicht wieder zurückgenommen. Daher wurde in 2016 die doppelte Menge entsorgt.



Gefährliche Abfälle



Es wurde keine Altlaugung entsorgt. Alle regulär anfallenden gefährlichen Abfälle werden über einen Sammelentsorgungsnachweis entsorgt.

Mehr zum Thema Abfall siehe Anhang: [Seite 121 ff](#)

Diese Verbesserungen in den Teilbereichen haben zu einer insgesamt positiven Entwicklung im Bereich der Abfälle geführt (siehe Tab. 6.7): Die spezifische Abfallmenge ist im Vergleich zum Vorjahr weiter gesunken. Auch wurden im vergangenen Jahr besonders viele Stoffe wiederverwertet – es wurde der zweitbeste Wert innerhalb der letzten sechs Jahre erreicht. Die brauereispezifischen Abfälle sind in etwa gleichgeblieben. Die spezifische Menge gefährlicher Abfälle hat sich halbiert, da in 2017 keine Spüllauge angefallen ist. Die Verbesserungen resultieren aus unserem internen Anspruch heraus, so wenig wie möglich Abfälle zu produzieren und auch bei Lieferungen auf Recycling der Verpackungen zu achten.

Umgang mit Gefahrstoffen

Viele Reinigungs- und Desinfektionsmittel werden aufgrund ihrer gesundheits- und umweltgefährdenden Eigenschaften als Gefahrstoffe eingestuft. Im Rahmen der kontinuierlichen Substitutionsprüfung wird laufend nach Alternativen zu einzelnen Chemikalien gesucht. Wo diese nicht ersetzbar sind, geht die Brauerei mit ihnen sorgsam um. Reinigungsanlagen werden beispielsweise „nachgeschärft“ und damit so oft wie möglich dem Kreislauf zugeführt. Alle Gefahrstoffe lagern vorschriftsmäßig in Auffangwannen, um Boden- und Grundwasserverschmutzungen zu vermeiden. Im Jahr 2017 gab es keine Sickerverluste oder Leckagen. Verbrauchte Reinigungs- und Desinfektionsmittel sowie Gefahrstoffe werden selbstverständlich ordnungsgemäß entsorgt. Besonders wichtig ist hier die kontinuierliche Prüfung: Sämtliche Lagertanks, in denen umweltrelevante Stoffe wie Heizöl oder Diesel lagern, werden regelmäßig gewartet. Nur so können eventuelle Schäden frühzeitig erkannt und Umweltgefährdungen minimiert werden.

Angefallene Abfallarten 2012-2017

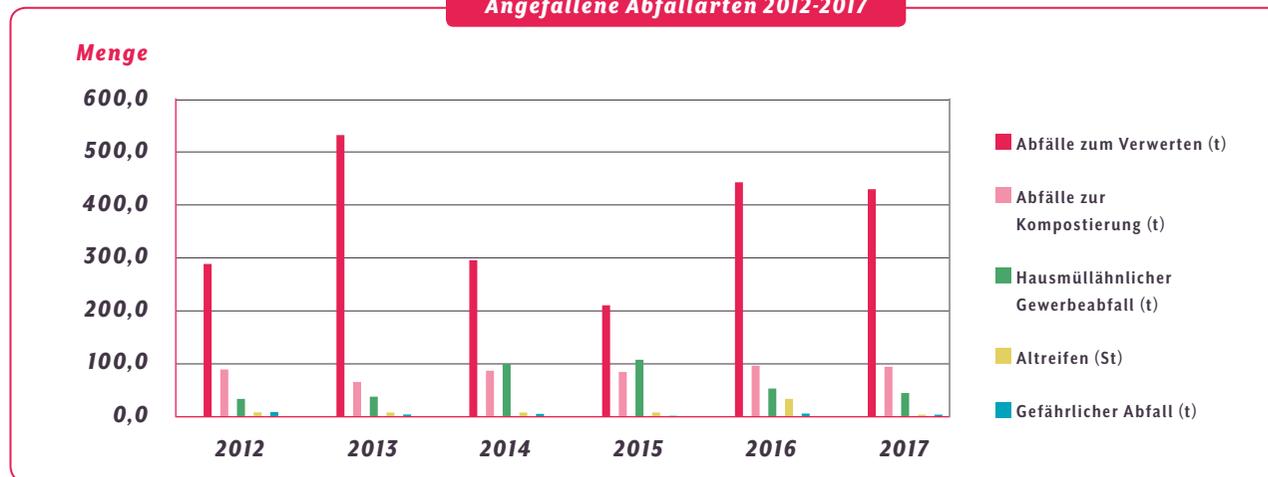


Abb. 6.3: Mengenmäßige Verteilung angefallener Abfälle von 2012-2017

Tab. 6.7.: Spezifische Abfallindikatoren der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2012-2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Spezifische Abfallmenge (Abfallgesamtmenge/Menge Verkaufstränke)	3,5	5,1	3,5	2,7	3,6	3,4	kg/hl VG
Verwertungsquote* (Abfälle zur Verwertung/Abfallgesamtmenge)	66,9	80,5	61,3	52,3	74,3	74,9	%
Brauereispezifische Abfälle** (diverse Abfallfraktionen/Menge Verkaufstränke)	2,6	4,1	2,6	1,9	2,7	2,6	kg/hl VG
Spezifische Menge gefährlicher Abfälle (Menge gefährlicher Abfälle/Menge Verkaufstränke)	0,08	0,02	0,05	0,02	0,06	0,03	kg/hl VG

* Zu den Abfällen zur Verwertung zählen alle als „Verwertbare Abfälle“ gemäß Abfallbilanz im Anhang klassifizierten Abfallfraktionen.

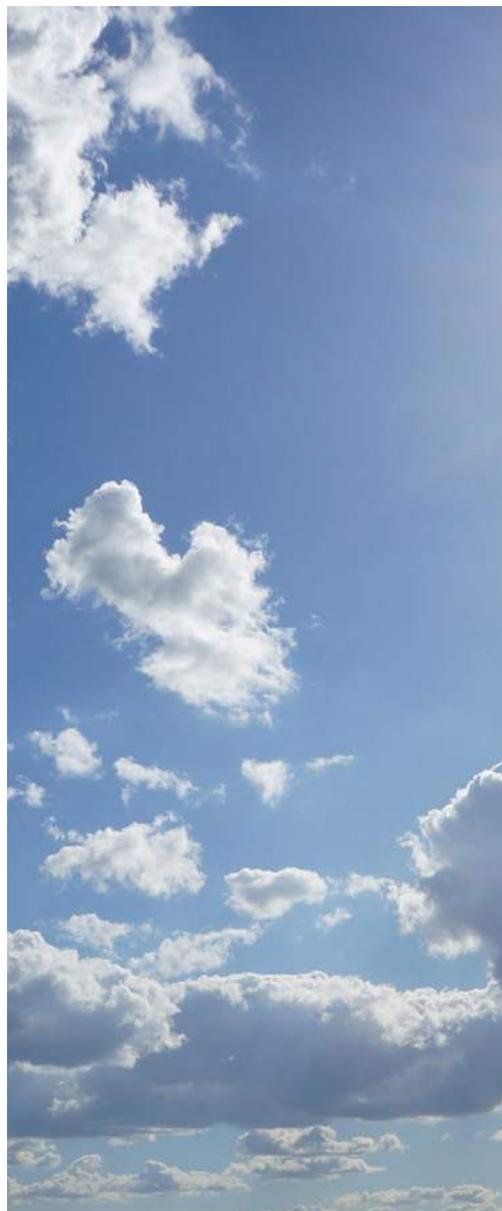
** Brauereispezifische Abfälle beinhalten folgende Abfallfraktionen: Altetiketten, Altglas, Altkästen, Altpaletten und Altholz, Kieselgur, Mälzereistaub, Altlauge, Labor- und Altchemikalien sowie Reinigungsemulsionen.

6.3.5 Emissionen

Besonders CO₂e-Emissionen wirken sich auch auf die Umwelt aus. Sie setzen sich neben CO₂ auch aus anderen Treibhausgasen, wie Methan oder Lachgas, zusammen. Diese Emissionen werden bei der Produktionstätigkeit sowohl am Standort selber, als auch in den vor- und nachgelagerten Stufen des Wertschöpfungsprozesses verursacht. So entstehen sie bereits vorgelagert in der landwirtschaftlichen Erzeugung der Rohstoffe, im gesamten Herstellungsprozess in der Brauerei sowie nachgelagert, wenn die Getränke mit der Fahrzeugflotte ausgeliefert werden.

An all diesen Stellen hat die Neumarkter Lammsbräu auch 2017 angesetzt und Emissionen eingespart. Denn im Sinne der auferlegten Klimaschutzstrategie besteht das Ziel, bis 2025 insgesamt 11.500 Tonnen CO₂e einzusparen. Dieser Wert wurde im Bezug zum Basisjahr 2012 ermittelt. Berechnet und bewertet werden die verschiedenen klimarelevanten Emissionen im unternehmerischen CO₂e-Fußabdruck nach dem Greenhouse Gas Protocol-Standard und den ISO Normen 14064 und 14067. Je nach Aktivität und Ort ihrer Entstehung werden sie drei unterschiedlichen Emissionsbereichen zugewiesen: Scope 1, Scope 2 und Scope 3 (siehe Anhang).

Die nachfolgende Tabelle 6.8 gibt Auskunft über die Entwicklung der Treibhausgasemissionen der Neumarkter Lammsbräu von 2012 bis 2017 in Form von „CO₂-Äquivalenten“ (CO₂e).



Die Emissionen entstehen:

- bei der landwirtschaftlichen Erzeugung der Braurohstoffe (berechnet auf Basis der für die verarbeiteten Braurohstoffe benötigten Anbaufläche und des damit verbundenen Transportes),
- bei der Rohstoffverarbeitung für die Limonadenherstellung (berechnet auf Basis der verarbeiteten Mengen an Limonadenrohstoffen bis hin zu den Grundstoffen und deren Transport),
- bei der Erzeugung des in der Brauerei verbrauchten Stroms,
- durch die betrieblichen Feuerungsanlagen (betrieben überwiegend mit Gas),
- durch die Fahrzeugflotte der Neumarkter Lammsbräu (Lkw, Pkw, Gabelstapler und Sonstige)

Mehr zum Thema Klimaschutz in Kapitel 3.4:
[➔ Seite 46 ff](#)

GLOSSAR

CO₂-Äquivalente

Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO₂) gibt es weitere Treibhausgase wie beispielsweise Methan oder Lachgas. Die verschiedenen Gase tragen jedoch nicht in gleichem Umfang zum Treibhauseffekt bei. Um die unterschiedlichen Treibhausgase besser miteinander vergleichen zu können, werden diese entsprechend ihrer Klimawirksamkeit in CO₂-Emissionen umgerechnet und zusammen mit den tatsächlichen CO₂-Emissionen als CO₂-Äquivalente angegeben. CO₂-Äquivalente werden mit der Abkürzung „CO₂e“ bezeichnet (e steht für engl. „equivalents“).

Mehr zum Thema CO₂-Äquivalente siehe Anhang:
[➔ Seite 113](#)

Tab. 6.8.: Ermittlung des Treibhauseffekts der Neumarkter Lammsbräu auf Basis von CO₂-Äquivalenten

	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Scope 1						
CO ₂ e betriebliche Feuerungsanlagen	1.091	1.148	1.317	1.530	1.301	t
CO ₂ e Fuhrpark Lkw	114	122	138	140	126	t
CO ₂ e Fuhrpark Pkw	92	100	110	115	112	t
CO ₂ e Fuhrpark (Sonstige)*	4	5	9	15	3	t
CO ₂ e Fuhrpark Gabelstapler	24	20	14	11	7	t
CO ₂ e Kältemittelleckagen	0	12	4	11	10	t
Gesamt CO₂e Scope 1	1.324	1.407	1.593	1.822	1.559	t
Scope 2**						
CO ₂ e aus Strombezug	29	29	33	39	36	t
Gesamt CO₂e Scope 1	29	29	33	39	36	t
Gesamt CO₂e Scope 1 & 2	1.354	1.436	1.625	1.861	1.595	t

	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit
Scope 3***						
CO ₂ e Trinkwasser	3	2	13	13,2	36,2	t
davon Prozessemissionen	3	2	13	12,8	35,1	t
davon Transportemissionen	0	0	0	0,4	1,1	t
CO ₂ e Braugetreide	726	721	561	847,5	791,8	t
davon Prozessemissionen	691	693	549	804,2	762,8	t
davon Transportemissionen	35	28	12	43,2	28,9	t
CO ₂ e Hopfen	37	40	26	30,2	32,9	t
davon Prozessemissionen	37	40	26	30,1	32,9	t
davon Transportemissionen	0	0	0	0	0	t
CO ₂ e verarbeiteter Rohstoffe der Limonadenherstellung	371	326	447	492,5	517,8	t
davon Prozessemissionen	332	277	365	400,4	409,9	t
davon Transportemissionen	39	49	82	92,2	107,9	t
CO ₂ e Fremdbfüllung	-	-	-	28,6	4,9	t
davon Prozessemissionen	-	-	-	1,0	1,3	t
davon Transportemissionen	-	-	-	27,5	3,6	t
Gesamt CO₂e Scope 3	1.138	1.089	1.047	1.412	1.384	t
davon Prozessemissionen	1.064	1.011	953	1.249	1.242	t
davon Transportemissionen	74	78	95	163	141	t
CO₂e Gesamt Scope 1, 2 & 3	2.490	2.525	2.673	3.273	2.979	t

Die Berechnungen für die Scope 1-Emissionen erfolgen ohne Einbeziehung von Vorstufen für die Energiebereitstellung, Heizöl und Treibstoffen sowie der damit verbundenen Transportwege. Die jeweiligen Umrechnungsfaktoren werden im Anhang erläutert.

* Sonstige: Hierunter fallen beispielsweise Rasenmäher, Waschgeräte, Traktor, Lader und Leihfahrzeuge.

** Scope 2: Beinhaltet im Rahmen der Erzeugung und Bereitstellung des extern bezogenen Stroms alle THG-Emissionen inkl. der in der Energieprozesskette vorgelagerten Prozessschritte (u.a. Stromerzeugung, Speicherung, Transport und Umwandlung).

*** Scope 3: Beinhaltet die Emissionen, die bei Anbau und Transport der Bio-Braugetreiderohstoffe, des Bio-Hopfens und der weiterverarbeiteten Bio-Limonadenrohstoffe sowie bei der Bereitstellung von Trinkwasser entstehen inkl. der damit verbundenen Vorstufen in Produktion und Transport.

(Näheres zur Berechnung [siehe Anhang](#)).

Emissionen aus Braurohstoffen sowie weiter verarbeiteten Rohstoffen der Limonadenherstellung

Im Bereich Scope 3 fällt zunächst bei den Braugetreideemissionen auf, dass sowohl die Transportemissionen von 43,2 t auf 28,9 t CO₂e als auch die Prozessemissionen in großem Umfang von 804,2 t auf 762,8 t CO₂e gesenkt werden konnten. Dieser deutliche Rückgang der Emissionen im Bereich Braugetreide ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die partielle Auslagerung der Braugetreidevermahlung gegenüber dem Vorjahr reduziert wurde. Zudem fand eine Optimierung der Lagerstättenlogistik statt, was insbesondere effizientere Transportstrecken des Braugetreides von den landwirtschaftlichen Betrieben über die externe Getreidelagerung zur Neumarkter Lammsbräu zur Folge hatte. Ebenfalls positiv bemerkbar macht sich der weiterhin sehr hohe Anteil an regional bezogenem Braugetreide. So stammten im Jahr 2017 rund 73 Prozent des Braugetreides aus dem näheren geographischen Umfeld und wurden durch die EZÖB über ortsnahe Produktions- und Lagerflächen bereitgestellt. Dadurch konnten sich auch die regional anfallenden Transportemissionen im Bereich Braugetreide auf einem niedrigen Niveau einpendeln, was insgesamt positiv zu bewerten ist.

Im Gegensatz dazu stiegen die Prozessemissionen bei der Beschaffung des Hopfens in geringem Umfang von 30,1 t auf 32,9 t CO₂e. Die Transportemissionen liegen hierbei unter 0,5 t und werden abgerundet mit Null ausgewiesen. Ebenfalls geringfügig angestiegen sind die Emissionen bei den verarbeiteten Rohstoffen für die Limonadenherstellung. Dies betrifft eine Zunahme der Prozessemissionen von 400,4 t auf 409,9 t CO₂e sowie der Transportemissionen von 92,9 t auf 107,9 t CO₂e.

Der Emissionsanstieg beim Hopfen sowie bei den verarbeiteten Rohstoffen für die Limonadenherstellung ist vor allem auf die gestiegene Getränkeausstoßmenge zurückzuführen, die wiederum eine entsprechende



Zunahme der Rohstoffbeschaffung und somit erhöhte Prozess- und Transportemissionen zur Folge hat. Die Beschaffungs- und Lieferstrukturen haben sich gegenüber dem Vorjahr jedoch nur unwesentlich geändert, so dass von dieser Seite kein signifikanter Einfluss auf die Emissionszunahme besteht. Speziell die im Jahr 2016 erstmals in enger Zusammenarbeit mit den Lieferanten (direkte Vorstufe) der verarbeiteten Limonadenrohstoffe äußerst detailliert durchgeführte „Sustainability Hot Spot Analyse“ ermöglicht seither eine sehr realitätsnahe Abbildung der Logistik entlang der Lieferketten, so dass die dadurch entstandenen Transportemissionen und deren Entwicklung genauestens nachvollzogen werden können.

Die „Sustainability Hot Spot Analyse“ ermöglicht eine nahezu 100 % realitätsnahe Abbildung der Lieferketten.

Die Reduktion der fremdabgefüllten Getränkemenge wirkte sich ebenfalls positiv auf die Klimabilanz aus. Denn die im Jahr 2016, aufgrund begrenzter Abfüllkapazitäten der Neumarkter Lammsbräu bei gleichzeitig stark gestiegener Getränke-Nachfrage erforderliche Auslagerung der Abfüllung von 10.000 hl Bio-Biergetränken, war in 2017 nicht mehr erforderlich. Lediglich etwa 1.300 hl Mineralwasser wurden 2017 weiterhin über eine externe Lohnabfüllung gefahren. Mit der gezielten Wahl des Abfüllzentrums konnte jedoch eine sehr energieeffiziente und auf erneuerbare Energien basierte Abfüllung gewährleistet werden, so dass sich die Emissionen in Höhe von 4,9 t CO₂e vornehmlich durch den nicht vermeidbaren zusätzlichen Transportweg (3,6 t CO₂e) ergeben.

Mehr zum Thema Sustainability Hot Spot Analyse siehe Kap. 5.5 und Anhang:
 ↗ Seite 79
 ↗ Seite 117-118

CO₂e-Emissionen aus Fuhrpark (Pkw, Lkw, Stapler)

Besonders im Fuhrpark der Neumarkter Lammsbräu (22 Pkw und 12 Lkw) sind der CO₂e-Anteil sowie der Anteil an Luftschadstoffen (CO, SO₂, NO_x und NMVOC) im vergangenen Jahr deutlich gesunken.

Reduzierter Treibstoffverbrauch

Dies liegt zum einen am reduzierten Treibstoffverbrauch: Neben einer aktuellen Analyse zur optimalen Auslastung der Lkws wird dies auch durch eine effiziente Tourenplanung erreicht. Dabei kommt in der Belieferung der Kunden in der Region das Milkrun-System zum Einsatz. Nach dem Vorbild des amerikanischen Milchjungen werden leere Getränkeboxen bei der Auslieferung zurückgenommen und dadurch Leerfahrten vermieden. Um die Fahrten noch weiter zu optimieren, werden Kennzahlen wie bspw. die Kilometer pro Hektoliter, Abladequote pro Stopp oder die Gesamttransportkilometer erhoben und monatlich überprüft.

Darüber hinaus hat die Neumarkter Lammsbräu Ende 2017 das interne Pilotprojekt „Nachhaltigkeitsliga“ ins Leben gerufen – ein Projekt, bei dem das Fahrverhalten der Pkw- und Lkw-Fahrer hinsichtlich ökologischer und ökonomischer Aspekte verbessert werden soll. Dazu werden die Fahrdaten mittels installiertem Bordcomputer gesammelt und analysiert. In einem Ranking können sich die Fahrer miteinander messen: Wer hat das beste Bremsverhalten? Wer fährt am vorausschauendsten? Im besten Fall können so durch passende Maßnahmen Unfälle reduziert sowie der Kraftstoffverbrauch und damit auch die CO₂e-Emissionen und weitere Luftschadstoffe gesenkt werden. Konkrete Ziele wurden hier seitens der Logistik und des Nachhaltigkeitsmanagements bereits definiert und sollen bis Ende 2018 ausgewertet werden.

Nachgefragt

„Üblicherweise werden Telematiksysteme kontrollierend eingesetzt, um Fahrer für Einsparpotentiale zu sensibilisieren. Unser Ziel ist es dagegen, dass sich unsere Fahrer selbst für ihre Fahrwerte interessieren und sie zu motivieren. Die eingeführte Nachhaltigkeitsliga soll dabei langfristig die Fahrweise positiv verbessern.“

**Günther Membarth**

LEITUNG LOGISTIK

Umweltfreundliche Antriebstechnologien

Zum anderen führt auch der Einsatz von umweltfreundlicheren Antriebstechnologien dazu, CO₂e-Emissionen zu reduzieren. Wie in der Energieversorgung setzt die Brauerei auch im Pkw-Fuhrpark seit 2017 auf Erdgas. Im Lkw-Fuhrpark wird dem Kraftstoff AdBlue zugesetzt – ausgestoßene Stickoxide werden so reduziert. Außerdem fiel der in den letzten Jahren implementierte Shuttle Lkw Fuhrpark für Fahrten zur kurzfristig ausgelagerten Leergutsortierung am Blomenhof seit Beginn 2017 weg. Die Wiedereingliederung der Leergutsortierung am Standort selber erfolgte im 1. Quartal 2017. Diese Umstellung führte ebenso dazu, dass ein dieselbetriebener Stapler nur noch bedingt benötigt wird. Dies hat eine Einsparung der Staplernutzung im Umfang von ca. 8-10 Betriebsstunden pro Tag zur Folge. Ein Gabelstapler mit elektrischem Antrieb hat den Verbrauch von Gabelstaplergas zudem stark gesenkt – im Vergleich zu 2017 konnten so 50 Prozent Gabelstaplergase eingespart werden. Zunehmend werden derzeit elektrisch betriebene Stapler eingesetzt, was hinsichtlich der CO₂e sicher der sinnvollere Weg ist. Eine gesamte Lebenszyklusanalyse im Vergleich mit erdgasbetriebenen Staplern steht noch aus.

CO₂e-Emissionen aus Energieversorgung

Seit 2017 verwendet die Neumarkter Lammsbräu zur Deckung ihres Wärmeenergiebedarfes überwiegend Erdgas als Energieträger. Da Erdgas gegenüber Heizöl pro kWh einen ca. 25-prozentig geringeren Treibhausgasausstoß verursacht, konnten die CO₂e-Emissionen trotz des erhöhten Wärmeenergiebedarfs um fast 15 Prozent reduziert werden (siehe Tab. 6.8, Feuerungsanlagen). Ebenfalls sehr positiv haben sich der Einbau sowie der Betrieb der Mikrogasturbine bemerkbar gemacht. Dies führte einerseits zu einer effizienteren Wärmeenergienutzung und andererseits zu einer zusätzlichen betriebsinternen Stromerzeugung.

Dadurch konnte auch der Strombezug von dem externen Energieversorger verringert werden. Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, dass der mittels der Mikrogasturbine produzierte Strom aus Erdgas gewonnen wird und somit einen klimaneutralen Ökostrombezug in Teilen ersetzt. Aus Sicht der Klimabilanz überwiegt jedoch der positive Effekt der Wärmeeffizienz gegenüber der Substitution des Ökostromanteils, so dass durch die Mikrogasturbine insgesamt ein wichtiger Beitrag zur Einsparung von Treibhausgasemissionen geleistet werden konnte. Unser Ziel ist es, durch die technische Modernisierung und Prozessoptimierung zukünftig gänzlich auf Öl als Energieträger zu verzichten und in Kombination mit einer verbesserten Energieeffizienz im Rahmen des kontinuierlichen Energiemanagements zusätzliche Treibhausgasemissionen zu reduzieren.

Positiv schlug in der Emissionsbilanz auch in diesem Jahr zu Buche, dass die Neumarkter Lammsbräu seit Januar 2011 klimaneutralen, zertifizierten Strom aus Wasserkraft bezieht.

Abschließende Betrachtung der Emissions-Indikatoren

Die spezifischen, standortbezogenen Emissions-Indikatoren für die Neumarkter Lammsbräu sind in der nachfolgenden [Tabelle 6.9](#) zusammengefasst. Bezogen auf den Hektoliter Verkaufsgetränk (VG) haben sich alle Indikatoren im Vergleich zum Vorjahr geringfügig verbessert.

In 2017 konnten, wie die vorliegenden Auswertungen zeigen, erhebliche Verbesserungen beim Ausstoß an Treibhausgasemissionen erzielt werden. Erfreulicherweise konnte das anvisierte Ziel von 15 kg CO₂e/hl Verkaufsgetränk in 2017 erreicht werden und liegt mit 14,65 kg/hl VG deutlich darunter ([siehe Tab. 6.9: Scope 1, 2 und 3](#)).

Maßnahmen zur CO₂e-Reduktion

- Alternative **Antriebstechnologien** sowie geringerer **Treibstoffverbrauch** im gesamten Fuhrpark (z.B. durch Einstellung des Shuttle Verkehrs, die Einstellung der Leergutsortierung am Standort Blomenhof sowie die sukzessiv verbesserte Tourenoptimierung)
- Erste erfolgreiche Auswirkungen der **Modernisierung der Energiezentrale** (Umstellung auf Erdgas statt Öl sowie höherer Wirkungsgrad durch den Betrieb einer Mikrogasturbine)
- Anpassung der Rohstoffbeschaffung durch die **Reduktion der ausgelagerten Lohnvermälzung** und die Beibehaltung eines hohen Anteils an **regional bezogenen Braurohstoffen** (ca. 73 Prozent) durch die EZÖB
- Einstellung der **Fremdabfüllung von Biergetränken**
- Logistische **Optimierung der Lagerhaltung**

Tab. 6.9.: Spezifische, standortbezogene Emissions-Indikatoren der Neumarkter Lammsbräu**

	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit*
CO ₂ e (Scope 1 und 2)	9,16	8,71	9,11	9,55	7,86	kg/hl VG
CO ₂ e Braugetreide/weiter verarbeitete Limonadenrohstoffe (Scope 3)***	7,74	6,73	5,87	10,20	6,79	kg/hl VG
Gesamt CO₂e	16,90	15,44	14,99	19,75	14,65	kg/hl VG
SO ₂	1,36	1,29	2,02	3,37	0,42	10 ⁻³ kg/hl VG
NO _x	1,35	1,24	1,30	1,28	1,06	10 ⁻² kg/hl VG
Staub, Ruß, Partikel	0,34	0,28	0,24	0,24	0,13	10 ⁻³ kg/hl VG

Emissionen aus Strombezug, Feuerungsanlagen, Lkw- und Pkw-Fuhrpark sowie Gabelstaplerbetrieb – Scope 1 und 2 – für den Zeitraum 2013-2017.

* VG = Verkaufsgetränk

** Berechnung mit aktualisierten Emissionsfaktoren aus der GEMIS Datenbank, Version 4.9 sowie TREMOD 5.72 (10/2017)

*** anteilig Scope 3 (=außerhalb des Standortes angefallene CO₂e)

*Hinweis

SO₂ = Schwefeldioxid

NO_x = Stickoxide

Dies bestätigt uns, dass die durchgeführten Maßnahmen greifen und trotz eines Getränkeausstoßzuwachs Verbesserungen im Klimaschutz erzielt werden konnten. Durch den Aufbau des Energie-

managements und weitere Fuhrparkmodernisierungen sowie unser Mitarbeiterprojekt „Nachhaltigkeitsliga“ versprechen wir uns weitere Erfolge im Klimaschutz!



6.3.6

Biodiversität

Für Wirtschaftsunternehmen ist es meist nicht leicht, einen unternehmerischen Beitrag zur Biodiversität zu leisten. Er kann primär qualitativ beschrieben und daher nur schwer gemessen werden. Um verlässliche Indikatoren für die Messung der Artenvielfalt zu finden, hat sich die Neumarkter Lammsbräu am Projekt „Firmen fördern Vielfalt“ beteiligt. Es handelt sich dabei um ein Projekt der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller mit der Bioland Beratung, der Landwirtschaftskammer Niedersachsen und dem Institut für Umweltplanung der Leibniz Universität Hannover. Ein wesentliches Ziel des Projektes war es, erfassbare Indikatoren für die Messung von Biodiversität auf Zulieferbetrieben von lebensmittelproduzierenden Unternehmen zu entwickeln und die Grenzen der Aussagefähigkeit solcher Indikatoren zu bestimmen.

Die Ergebnisse aus dem Projekt sollen nun in ein Bewertungstool samt zugehöriger Datenbank einfließen, das den Landwirten leicht und überschaubar den Fortschritt an Artenvielfalt aufgrund der von ihnen umgesetzten Maßnahmen aufzeigt.



© Katharina Schertler (Bioland)



KAPITEL

7

Ziele der Nachhaltigkeit

Ökologische Ziele

Soziale Ziele

Ökonomische Ziele

Nachfolgend werden ökologische, soziale, ökonomische und kulturelle Ziele mit ihrem jeweiligen Status quo dargestellt. Die rechte Spalte „Erfüllungsgrad“ verdeutlicht, in welchem Maße die angestrebten Ziele erreicht wurden, ein entsprechender Hinweis zur Erläuterung im Bericht ist vermerkt. Unter „Umsetzung“ sind die konkreten Schritte beschrieben, die dafür angestrebt wurden.

7.1 Ökologische Ziele

Ziele für 2017/2018

Senken des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 6 hl/hl Verkaufsgetränk

Senken des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 13,3 kWh/hl Verkaufsgetränk

Senken des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) auf < 43 kWh/hl Verkaufsgetränk

Weitere Reduzierung der anfallenden CO₂e-Emissionen im Einflussbereich des Unternehmens (Scope 1 und 2) sowie durch Bezug der Rohstoffe (anteilig Scope 3) auf < 15 kg CO₂e/hl VG

Umsetzung durch

Protokollieren des Wasserverbrauchs bei Tunnelpasteurisation, Minimieren des Wasserverbrauchs der Tunnelpasteurisation durch Einsatz von Desinfektionsmaßnahmen, Durchführung Brunnenrevision, Optimierungen in der Produktionsplanung

Erneuerung Gebindetransport, Prüfung verschiedener Energiemanagementsysteme, Weiterführung und Optimierung des neuen Stromnetzes, Nutzung der Einsparpotenziale von LED-Leuchten, Optimierung Leitungsnetz Luftversorgung

Überprüfen der Sudzyklen, Prüfung der Energieversorgung auf BHKW-Betrieb, Prüfung verschiedener Energiemanagementsysteme, Weiterführen der Absenkung des benötigten Prozesswärmeniveaus, Optimieren des Darrventilators, Ersetzen PWÜ Enthitzer der Kälteanlage durch geschraubte Variante

Umsetzung der Klimastrategie: Austausch eines dieselbetriebenen Staplers, Einsatz von Eco-Reifen bei weiteren Fahrzeugen im Fuhrpark, Wegfall der Fahrten durch Shuttle-Verkehr zu Außenstandorten, kein Einsatz von Leih-Lkws, Wegfall Mietstapler Blomenhof, Einführung eines Anreizsystems hins. umweltfreundlichem Fahrverhalten inkl. Messung der CO₂-Verbräuche, Effizienzsteigerungen durch Tunnelpasteurisation und technische Neuerungen im Kesselhaus, Umstellung bei Neuanschaffungen im Fuhrpark auf klimafreundliche Antriebstechnologien, wie bspw. Erdgas, AdBlue etc.

Klimaneutralität für die Bereiche Scope 1 und 2 durch Klimaschutzprojekt in Togo für das vergangene Jahr

Erfüllungsgrad

Ziel nicht erreicht, [siehe Kap. 6, S. 92 ff](#)

Ziel nicht erreicht, [siehe Kap. 6, S. 93-94](#)

Ziel nicht erreicht, [siehe Kap. 6, S. 93-94](#)

Ziel erreicht, [siehe Kap. 6, S. 98-101](#)

Ziel erreicht, [siehe Kap. 3, S. 48](#)



Ökologische Ziele

Soziale Ziele

Ökonomische Ziele

Ziele für 2017/2018

Förderung des Verhaltens der Mitarbeiter hins. Umweltbewusstsein, Arbeitssicherheit und Notfallsituationen

Umsetzung durch

Neue Mitarbeiter durch Schulungen zu Umwelt- und Qualitätsmanagement im Unternehmen sensibilisieren
 Alle Mitarbeiter hins. Arbeitssicherheit sensibilisieren (Anwendung PSA, Feuerlöscher etc.) am fachlichen Mitarbeitertag

Erfüllungsgrad

Ziel erreicht, [siehe Kap. 1, S. 19](#)
 Ziel nicht erreicht, Durchführung verschoben auf 2018

Förderung des Trinkwasserschutzes

Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes für die hauseigene Quelle
 Fortsetzen der „Wasser on...s‘cooltour“

Ziel nicht erreicht, zu wenig Nachfrage seitens der Mitarbeiter
 Wir sind auf dem Weg, [siehe Kap. 3, S.44](#)
 Ziel erreicht, [siehe Kap. 3, S. 50](#)

Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystems

Implementieren aller Neuerungen der ISO Norm 14001 ins Unternehmen
 Durchführen einer Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse gem. Normanforderungen und GRI 4
 Fertigstellung einer Neuauflage des internen Notfallkonzeptes
 Umsetzung der rechtlichen Anforderungen durch Umsetzung Neuerungen AwsV, Störfall-Verordnung sowie GewerbeabfallVO

Ziel überwiegend erreicht
 Ziel erreicht, [siehe Kap. 1, S. 21 ff](#)
 Ziel erreicht
 Ziel erreicht

Optimierung der Nachhaltigkeitskommunikation extern

Optimierter umfassender Nachhaltigkeitsbericht 2017 auf Basis der Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse
 Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)

Ziel erreicht, siehe vorliegender Bericht
 Ziel noch nicht erreicht, Aktualisierung DNK 2018

Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt durch Bildungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit der EZÖB, der Bioland-Beratung und regionalen Partnern

Ziel erreicht, [siehe Kap. 3, S. 49-50](#)



Ökologische Ziele

Soziale Ziele

Ökonomische Ziele

Ziele für 2017/2018

Ziele für 2017/2018	Umsetzung durch	Erfüllungsgrad
Förderung des Bodenschutzes	Initiierung und finanzielle Unterstützung eines Bodenbildungsprojektes in Kooperation mit dem Landschaftspflegeverband Neumarkt (LPV) und Slow Food	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 3, S.50
Förderung von Biodiversität	Verlängerung des Projektes „Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern in Braugertenbeständen“ in Zusammenarbeit mit Bioland e.V. und der LfL (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft), gefördert vom bayrischen Naturschutzfond	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 3, S. 49
	Umsetzung von drei Kulturlandplänen mit Landwirten der EZÖB, Review bei Kulturlandplänen in Zusammenarbeit mit Bioland e.V.	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 3, S. 49
	Wissenstransfer und aktive Mitwirkung im Netzwerk „Biodiversity in good Company“	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 3, S. 50
	Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen durch Veranstaltungen (Stammtische, Exkursionen) mit den Unternehmen aus dem Landkreis Neumarkt zusammen mit regionalen Partnern (LPV, LBV, Ökomodellregion)	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 3, S. 50
	Naturnahe Gestaltung der Außenanlagen	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 3, S. 50
Verbesserungen im Abfallmanagement	Abfallschulungen für alle Prozesse im Rahmen des „Safety Days“	Ziel nicht erreicht, auf 2018 verschoben
Erhaltung der Gesundheitswirkung durch 100 % Bio-Produkte	100 % Bio-Anteil am Einsatz landwirtschaftlicher Rohwaren	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 1, S. 5 ff
Verbesserungen bei Verpackungen hins. umweltfreundlicher Materialien	Entwicklung eines zu 100 % nach Cradle to Cradle kompostierbaren Etiketts in Zusammenarbeit mit EPEA und Etikettenlieferant	Ziel nicht erreicht, ➤ siehe Kap. 6, S. 90
100% Verbandszertifizierung der Rohstoffe	Stärkung der regionalen Wertschöpfung durch den Ausbau der intensiven Zusammenarbeit mit den EZÖB-Landwirten mit Fokus auf regionalen Limonadenrohstoffen	Wir sind auf dem Weg, ➤ siehe Kap. 5, S. 77-78
	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Versuchsanstalt in Darzau, der LfL und der Saatgutzüchtung Peter Kunz	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 3, S. 33
	Optimierungen im Lieferantenmanagement: Neustrukturierung und Festlegung neuer Abläufe zur Stärkung der Lieferantenbeziehungen	Ziel erreicht, ➤ siehe Kap. 5, S. 72 ff
	Verbandszertifizierung der now-Limonaden	Wir sind auf dem Weg, ➤ siehe Kap. 5, S. 79



Ökologische Ziele

Soziale Ziele

Ökonomische Ziele

Ziele für 2018/2019

Halten des gesamten spezifischen Wasserverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) bei 6,6 hl/hl Verkaufsgetränk

Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft

Zuständig

Termin

Protokollieren des Wasserverbrauchs der Tunnelpasteurisation (o), Optimieren der Datenerfassung der Wasserverbräuche (o, i), Prüfung der Dimension des Betriebswassernetzes (o), Aktualisierung und Digitalisierung des bestehenden Wassernetzplanes mit Festlegung von Messpunkten (o, s), Verbesserung des Brunnen-Monitorings (o), Führung einer Liste über die Wasserverbräuche in der Mälzerei (o)

Produktion

Ende 2018

Halten des gesamten spezifischen Stromverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) bei 13,6 kWh/hl Verkaufsgetränk

Neuausrichtung des Projektes „Ertüchtigung Stromnetz“ (o), Aufschaltung weiterer Verbraucher und Datenpunkte auf Energiemanagement (o, s)

Instandhaltung & Energie

Ende 2018

Halten des gesamten spezifischen Wärmeverbrauchs (Brauerei und Mälzerei) bei 44,4 kWh/hl Verkaufsgetränk

Tausch von Plattenpaket für Wärmetauscher im Bereich ZP (o), Optimierung der Steuerung im Kesselhaus (o), Projektierung Vorwärmung Darrluft (o), Aufschaltung weiterer Verbraucher und Datenpunkte auf Energiemanagement (o, s), Einführung eines Wochenendprogramms für die Umsetzung des Energiemanagements (o)

Instandhaltung & Energie

Ende 2018

Weitere Reduzierung der anfallenden CO₂e im Einflussbereich des Unternehmens (Scope 1 und 2) sowie durch Bezug der Rohstoffe (anteilig Scope 3) auf < 14,5 kg CO₂e/hl VG

Umsetzung der Klimastrategie: Austausch eines gasbetriebenen Staplers (stattdessen Elektro-Stapler), Einsatz von Eco-Reifen bei weiteren Fahrzeugen im Fuhrpark (o, i), Anschaffung eines neuen Erdgas-Lkw (o, s), Anschaffung eines neuen Sprinters (Diesel, aktuelle Euro Norm) (o), Einführung eines Anreizsystems hins. umweltfreundlichem Fahrverhalten inkl. Messung der CO₂-Verbräuche (i, o), Effizienzsteigerungen durch Umrüstung der Druckluftherzeugung auf eine frequenzgeregelte Drehzahnmaschine und optimierte Nutzung des Wassers aus KZE-Wärmetauscher (o, i)

Unternehmensführung/ Logistik/Produktion/ Instandhaltung & Energie/Nachhaltigkeitsmanagement

Ende 2018, fortlaufend bis 2025 gemäß der erarbeiteten Klimaschutzstrategie

Klimaneutralität für die Bereiche Scope 1 und 2 durch Goldstandardprojekt in Togo für das vergangene Jahr (s, i)

Nachhaltigkeitsmanagement

Fortlaufend immer für das vorangegangene Jahr



Ökologische Ziele

Soziale Ziele

Ökonomische Ziele

Ziele für 2018/2019	Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft	Zuständig	Termin
Förderung des Trinkwasserschutzes	Ausweisung eines unterirdischen Wasserschutzgebietes für die hauseigene Quelle (s, o), Durchführung von Veranstaltungen zum Trinkwasserschutz (o)	Unternehmensführung	dauerhaft
	Bau eines Reservebrunnens zur Gewährleistung der optimalen Fördermenge zu jeder Zeit (s, o)	Unternehmensführung	Frühjahr 2018
Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystems	Implementieren aller Neuerungen der ISO Normen 14001/9001 & EMAS IV VO ins Unternehmen (o)	Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2018
Optimierung der Nachhaltigkeitskommunikation extern	Teilnahme am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) (o, s), Teilnahme an mehreren Ausschreibungen zu speziellen Nachhaltigkeitsthemen (o)	Nachhaltigkeitsmanagement	Herbst 2018
	Verbreitung der Themen des Ökolandbaus in der Region Neumarkt durch Bildungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit der EZÖB, der Bioland-Beratung und regionalen Partnern (o)	Unternehmensführung/ Nachhaltigkeitsmanagement	dauerhaft
Förderung des Bodenschutzes	Ideelle und finanzielle Unterstützung des Bodenbildungsprojektes an Schulen im Landkreis Neumarkt in Kooperation mit dem Landschaftspflegeverband Neumarkt (LPV) und Slow Food (s), Unterstützung der Weiterbildung „Bodenpraktiker“ für Landwirte (o)	Unternehmensführung/ Nachhaltigkeitsmanagement	Ende 2018
Förderung von Biodiversität	Verlängerung des Projektes „Wiederansiedlung von Ackerwildkräutern in Braugerstenbeständen“ in Zusammenarbeit mit Bioland e.V. und der LfL (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft), gefördert vom bayrischen Naturschutzfond (o, s)	Unternehmensführung/ Nachhaltigkeitsmanagement	Mitte 2019
	Umsetzung von drei Kulturlandplänen mit Landwirten der EZÖB (o), Review bei Kulturlandplänen in Zusammenarbeit mit Bioland e.V. (o)	Unternehmensführung/ Nachhaltigkeitsmanagement	dauerhaft

UNTERNEHMEN

PRODUKTE

VERANTWORTUNG

MITARBEITER & FÜHRUNG

LIEFERKETTE

PRODUKTION

ZIELE & MASSNAHMEN



Ökologische Ziele

Soziale Ziele

Ökonomische Ziele

Ziele für 2018/2019	Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft	Zuständig	Termin
Förderung von Biodiversität	Aktive Unterstützung der Initiative „Ackergifte – nein danke“ (o)	Unternehmensführung	Ende 2018
	Ermöglichung einer Nachhaltigkeitsbewertung für Landwirte mit dem Beratungstool RISE für acht EZÖB-Mitglieder in Zusammenarbeit mit Naturland (s, o)	Unternehmensführung	Ende 2018
	Wissenstransfer und aktive Mitwirkung im Netzwerk „Biodiversity in good Company“ (s, o)	Nachhaltigkeitsmanagement	dauerhaft
	Sensibilisierung regionaler und branchenübergreifender Unternehmen durch Veranstaltungen (Stammtische, Exkursionen) mit den Unternehmen aus dem Landkreis Neumarkt zusammen mit regionalen Partnern (LPV, LBV, Ökomodellregion) (o)	Nachhaltigkeitsmanagement	dauerhaft
Verbesserungen im Abfallmanagement	Abfallschulungen für Produktions- und Logistikprozesse (o)	Nachhaltigkeitsmanagement	Mitte 2018
Optimierung einer nachhaltigen Beschaffung	Steigerung des Anteils regionalen und verbandszertifizierten Zuckers auf 75 % (s, o)	Unternehmensführung	Ende 2018
	Finanzielle und ideelle Unterstützung der ökologischen Saatgutzüchtung, gemeinsam mit der EZÖB, der Versuchsanstalt in Darzau, der LfL und der Saatgutzüchtung Peter Kunz (s, o)	Unternehmensführung/ Produktion	Fortlaufendes Projekt bis 2025
	Optimierung der Limonadenrohstoffbeschaffung durch Umstellung auf 60 % verbandszertifizierte Ware (o, s, i)	Qualitätssicherung & Produktentwicklung	Herbst 2018



7.2

Soziale Ziele

Ziele für 2017/2018

Reduktion der Krankenquote auf < 4 %

Umsetzung durch

Weitere Verbesserungen des Gesundheitszustandes der Mitarbeiter durch Neuauf-
lage des Gesundheitsprogramms mit Zusatzangeboten

Erfüllungsgrad

Ziel erreicht,
➤ siehe Kap. 4, S. 62

Reduktion der Mitarbeiterfluktuation auf < 10 %

Erarbeitung von Verhaltensgrundsätzen zur Verbesserung des Miteinanders, Durch-
führung von Mitarbeiterveranstaltungen zur Verbesserung des Betriebsklimas

Ziel erreicht,
➤ siehe Kap. 4, S. 65

Schaffung von prozessübergreifender Transparenz und
Verringerung des immateriellen Risikos „Wissensverlust“

Erarbeitung von Stellen- und Tätigkeitsbeschreibungen für jeden Mitarbeiter

Wir sind auf dem Weg,
➤ siehe Kap. 1, S. 15

Ziele für 2018/2019

Halten der Krankenquote auf < 4 %

Maßnahme ist mit strategischen (s) oder ope- rativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft

Zuständig

Termin

Neue Angebote im Gesundheitsprogramm mit Bonus-
system (o), Angebot Apfelbar und Arbeitsplatzmas-
sage (o), Förderung Projekt JobRad und Prüfung auf
Umsetzung (o), Bewegungsangebot für Mitarbeiter in
der Logistik – integriert in den Arbeitsablauf (o)

Nachhaltigkeitsmanage-
ment/kaufmännische
Verwaltung/Logistik

Ende 2018

Stärkung der Stakeholder-Beziehungen

Aufbau und Entwicklung eines aktiven Stakeholder-
managements (o)

Unternehmensführung/
Nachhaltigkeitsmanage-
ment

Ende 2019

Verbesserung des Betriebsklimas auf Note besser 2
sowie Reduktion der Mitarbeiterfluktuation auf < 8 %

Optimierung des Personalmanagements durch
Erarbeitung und Umsetzung eines Personalentwick-
lungskonzeptes (o, s)

Kaufmännische Ver-
waltung

Ende 2019

Verbesserung der Kommunikation in den einzelnen
Prozessbereichen

Durchführung von regelmäßigen Jours fixes in allen
Bereichen des Unternehmens (o), Etablierung einer
Führungskräfte-Sprechstunde (o)

Führungskräfte aller
Prozesse

Ende 2018

7.3

Ökonomische Ziele

Ziele für 2017

Erarbeitung von Rationalisierungseffekten in Zusammenhang mit der Modernisierung und Erweiterung der Brauerei

Umsetzung durch

Überarbeitung der operativen Prozesse mit Hilfe von regelmäßigen Prozessaudits, Überprüfung der optimalen Chargengrößen für Produktion und Logistik

Erfüllungsgrad

Wir sind auf dem Weg

Einhalten der Verschuldungsobergrenze und des Investitionsbudgets

Abschluss der Investitionen 2015-2017 unter Einhaltung des vorgegebenen Budgets

Ziel erreicht

Erreichen eines Umsatzes von 24,1 Mio. € und eines Gesamtausstoßes von 216.638 hl

Bewerben der Neuprodukte, diverse Werbe- und Verkaufsfördermaßnahmen (Give Aways und Sonderplatzierungen)

Ziel erreicht

Steigerung der Markenbekanntheit in Haupt-Vertriebskanälen

Steigerung des Marken-Bekanntheitsgrades durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit, Messeauftritte und Veranstaltungen, Online Präsenz / Nutzung neuer Medien und Markenauftritt am PoS

Ziel erreicht

Ziele für 2018–2020

Maßnahme ist mit strategischen (s) oder operativen (o) Zielen versehen bzw. wird anhand von Indikatoren (i) gemessen und überprüft

Zuständig

Termin

Erhöhung der Eigenkapitalquote und Einhaltung der Verschuldungsobergrenze

Erhöhung des operativen Cash-Flow (o), Schuldentilgung im Rahmen der Vereinbarungen (o)

Unternehmensführung

Ende 2020

Erreichen eines Umsatzes von rund 25,4 Mio. € und eines Gesamtausstoßes von 223.500 hl

Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen am PoS (o, s), Markteinführung unserer Neuprodukte (o), Auftritte auf Messen (o), Überarbeitung der Neumarkter Lammsbräu Bierkommunikation (o, s), Neues Konzept für Verkostungen am PoS (o, s), Kundennewsletter und Genussmagazin (o)

Unternehmensführung, Verkauf & Kundenbetreuung, Marke & Kommunikation

Ende 2018

Überarbeitung des Risikomanagementsystems

Aktualisierung und Überarbeitung (s, o)

Nachhaltigkeitsmanagement, Prozessverantwortliche

Ende 2018

Planung weiterer Investitionen zum Ausbau der Brauerei

Folgende Bereiche sollen ausgebaut werden: Bürogebäude, Logistikzentrum, Getränkeabholmarkt, Mälzerei (s, o)

Unternehmensführung, Logistik, Produktion

Ende 2020



Anhang

1.

Verwendete Abkürzungen und Begriffe

AdBlue

Flüssigkeit, bestehend aus Harnstoff und Wasserstoff, welche dazu beiträgt, den Ausstoß von Stickoxiden von Diesel-Fahrzeugen bis zu 90 Prozent zu reduzieren (Abgasnachbehandlung).

Audit

Untersuchungsverfahren des Qualitäts- und Umweltmanagements. Die Prozesse werden hinsichtlich Anforderungen und Richtlinien der geforderten Standards überprüft.

AöL

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller

AwSV

Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen

BHKW

Blockheizkraftwerk

Biodiversität

Meint Biologische Vielfalt, also die Vielfalt der Ökosysteme, die Vielfalt der Arten sowie die genetische Vielfalt innerhalb der Arten.

BregO

(Bio-regionale Genossenschaft Oberpfalz) eG

Die BregO wurde von Bio-Landwirten und Bio-Verarbeitern gegründet. Synergien zwischen Erzeugern,

Verarbeitern und Vermarktungsgesellschaften sollen ausgebaut, regionale Wertschöpfungsketten geschaffen und damit eine transparente Lebensmittelproduktion gefördert werden. Die innovativen Projekte reichen von der Aufbereitung und Verarbeitung regionaler landwirtschaftlicher Erzeugnisse bis hin zur Bewusstseinsbildung und Vernetzung. Es sollen nachhaltige Strukturen geschaffen werden, von denen Landwirte, Verarbeiter und Bürger gleichermaßen einen Nutzen haben mit dem großen Ziel einer ökologisch, ökonomisch und sozial tragfähigen Nutzung der Landschaft.

Brauchwasser

Recyceltes Abwasser, welches hauptsächlich für technische Prozesse oder zur Bewässerung von Grünanlagen verwendet wird. Brauchwasser entspricht nicht der Trinkwasserqualität und wird daher in der Industrie strikt von Trinkwasser getrennt.

CSR

Corporate Social Responsibility: Meint die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen als Teil des nachhaltigen Wirtschaftens sowohl auf ökologischer, sozialer als auch ökonomischer Ebene.

CCF/CO₂-Unternehmensfußabdruck

Corporate Carbon Footprint (= CO₂-Unternehmensfußabdruck), d.h. die Erfassung der Treibhausgasemissionen des gesamten Unternehmens sowie der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette.

CO₂-Äquivalente (CO₂e)

Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO₂) gibt es weitere Treibhausgase wie beispielsweise Methan oder Lachgas. Die verschiedenen Gase tragen jedoch nicht in gleichem Umfang zum Treibhauseffekt bei. Um die unterschiedlichen Treibhausgase besser miteinander vergleichen

zu können, werden in CO₂-Emissionen umgerechnet und zusammen mit den tatsächlichen CO₂-Emissionen als CO₂-Äquivalente angegeben. CO₂-Äquivalent werden mit der Abkürzung „CO₂e“ bezeichnet (e steht für engl. „equivalents“).

CO₂-Fußabdruck-Berechnung (Kapitel 6.3.5)

Berechnung der THG Emissionen – Hinweis zu Tab. 6.8.: Hier sind die Emissionen der industriellen Betriebs- und Hilfsstoffe und die Emissionen der Großhändler, die die Getränkeprodukte abholen, noch nicht berücksichtigt. Gleiches gilt für Emissionen, die durch die Mobilität der Mitarbeiter (z. B. Weg zur Arbeit, Geschäftsreisen) oder im Bereich der Abfallverwertung und -entsorgung entstehen. Diese Positionen würden im Rahmen einer umfassenden Scope 3-Betrachtung den Emissionsanteil der vor- und nachgelagerten Prozessschritte nochmals deutlich erhöhen, wie es beispielsweise für die Erhebung in 2012 durchgeführt wurde (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2013). Zur Berechnung der unterschiedlichen Emissionsbereiche wird ein mit der Universität Augsburg für die Brauerei entwickeltes Berechnungstool verwendet, in dem aktuellste GEMIS & TREMOD Daten sowie weitere wissenschaftlich und weltweit anerkannte Datenbanken wie z.B. PROBAS (Prozessorientierte Basisdaten für Umweltmanagementsysteme) des Umweltbundesamtes sowie Ecoinvent der Eidgenössischen Materialprüfungs- und Forschungsanstalt (EMPA) verwendet werden.

Es wurden in Anlehnung an die Ökobilanzdatenbanken GEMIS 4.95 und Ecoinvent 3.3 für den jeweiligen Prozess alle entstehenden klimarelevanten Gase, wie z.B. Methan oder Lachgas, berücksichtigt und deren individuelles Treibhausgaspotential (engl. Global Warming Potential) an das mengenmäßig bedeutendste Treibhausgas Kohlenstoffdioxid (CO₂) in Form von Treibhausgas-Äqui-

valenten angepasst (=Vereinheitlichung der Klimawirksamkeit verschiedener Treibhausgase mit unterschiedlichen Klimaauswirkungen in Bezug auf das CO₂).

CO₂-Kompensation

Klimawirksame Treibhausgase, die entweder nicht weiter vermieden oder reduziert werden können oder deren Vermeidung oder Reduktion wirtschaftlich unvertretbar sind, werden mit dem Instrument der Kompensation durch CO₂-Zertifikate ausgeglichen. Die Kompensation von Treibhausgasen umfasst dabei in der Regel alle klimarelevanten Emissionskategorien und diese werden in Form von CO₂-Äquivalente dargestellt oder beschrieben. Um die unterschiedlichen Treibhausgase vergleichen zu können, wird jedes Treibhausgas hinsichtlich seiner Wirkung auf Kohlendioxid umgerechnet und in Form von CO₂e dargestellt.

Die Neumarkter Lammsbräu hat sich entschieden, die in ihrem direkten Einflussbereich befindlichen CO₂e-Emissionen (Scope 1 und 2), für die sie im Wesentlichen die volle Verantwortung trägt, sukzessive zu vermeiden, zu reduzieren sowie die verbleibenden Emissionen in einem letzten Schritt durch CO₂-Kompensationszertifikate zu neutralisieren.

CoC (Code of Conduct)/Verhaltenskodex

Verhaltenskodex, mit dem alle wichtigen Lieferanten dazu verpflichtet werden sollen, die ethischen Werte der Brauerei in der jeweiligen Produktionsstufe einzuhalten.

Cradle to Cradle

Designkonzept (von EPEA), steht für Innovation, Qualität und gutes Design, beschreibt die sichere und potentiell unendliche Zirkulation von Materialien und Nährstoffen in Kreisläufen.

C-Sequestrierung

Speicherung von CO₂ (Carbon Sequestration) aus der Atmosphäre bspw. im Boden.

Darren

Brauprozess, bei dem Malz unter der Einwirkung heißer Luft, „geröstet“ wird. Die dazugehörige Anlage nennt sich „Darre“.

Demographischer Wandel

Veränderungen und Tendenzen der Bevölkerungsentwicklung, bspw. die Altersstruktur.

DIN ISO 9001/14001

Weltweit gültige, privatwirtschaftliche Normen für betriebliche Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme

DIN EN 16258

Diese Europäische Norm wurde vom Europäischen Komitee für Normung (CEN; französisch Comité Européen de Normalisation) erarbeitet und legt eine einheitliche Methode sowie standardisierte Regeln zur Berechnung und zur Deklaration von Energieverbräuchen und Treibhausgasemissionen bei Transportdienstleistungen fest. Sie gilt für Transportdienstleistungen im Personen- und Güterverkehr, die zum Beispiel von ÖPNV- und Bahn-Unternehmen oder Speditionen im Auftrag ihrer Kunden erbracht werden. Der Deutsche Speditions- und Logistikverband e.V. (DSL) erarbeitete mittlerweile in Kooperation mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und dem Umweltbundesamt (UBA) den Leitfaden „Berechnung von Treibhausgasemissionen in Spedition und Logistik gemäß DIN EN 16258“, in dem aufgezeigt wird, wie Fuhrunternehmer, Spediteure oder Logistikunternehmen Energieverbräuche und Treibhausgasemissionen in Übereinstimmung mit der europäischen Norm ermitteln können.

DNR

Deutscher Naturschutzring

ecoinvent

Ökobilanzdatenbank der Eidgenössischen Materialprüfungs- und Forschungsanstalt (EMPA) in Dübendorf, Schweiz.

EFQM-Selbstbewertung

Selbstbewertungsprozess im Sinne einer fundierten Unternehmensanalyse zur kontinuierlichen Weiterentwicklung einer Organisation.

EMPA

Eidgenössische Materialprüfungs- und Forschungsanstalt: Schweizerische Forschungsinstitution für anwendungsorientierte Materialwissenschaften und Technologie

EMAS

Eco-Management and Audit Scheme – auch früher bekannt als EG-Öko-Audit. Es basiert auf Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.12.2009 über die freiwillige Beteiligung von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (EMAS)

EPEA

Environmental Protection Encouragement Agency, d.h. internationales wissenschaftliches Forschungs- und Beratungsinstitut

Euro-Normen 6/Euro I-VI

Abkürzung für die Abgasgrenzwerte für Kraftfahrzeuge in der EU. Die Vorschriften des EG-Umweltrates beziehen sich üblicherweise auf spezielle Abgasprüfverfahren

EZÖB

Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe

Gebinde-Pool

Meint einen Pool an leeren Mehrweg-Bierflaschen, der zurück an die Brauerei gelangt, um gereinigt und neu befüllt zu werden. Der Pool an Bierflaschen umfasst auch Flaschen von anderen Brauereien, welche dieselbe Form aufweisen.

GEMIS

Globales Emissions-Modell integrierter Systeme: Datenbank für Energie-, Stoff- und Verkehrssysteme.

Generation Y

Bezeichnet die Bevölkerungsschicht, die zwischen 1980 und 2000 geboren ist. Sie gilt als Technikaffin, hat meist einen Hochschulabschluss und strebt einen Job an, der Sinn macht und ausreichend Zeit für Familie und Freizeit lässt.

Generation Babyboomer

Meint die gesellschaftliche Generation, die zu den Zeiten steigender Geburtenraten nach dem Zweiten Weltkrieg (1955-1969) geboren wurde.

GIS-Karten

Digitale Karten, die über ein Geografisches Informationssystem abgerufen werden können.

Greenhouse Gas Protocol

Bilanzierungsrichtlinie für unternehmerische Treibhausgase.

GRI

Global Reporting Initiative: allgemein anerkannter Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die GRI Leitlinien stellen die Leitplanken dar, anhand derer sich

jedes Unternehmen orientieren kann bei seiner Berichterstattung.

GRI-Index

Auflistung aller von der Global Reporting Initiative erforderlichen Daten (Standardangaben & Spezifische Standardangaben) zur vollständigen Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Grundstoffe

Darunter fallen Vorprodukte in der Verarbeitungskette.

GVO/GMO

Gentechnisch veränderte Organismen bzw. „genetically modified organism“; Sammelbegriff für pflanzliche und tierische Organismen, deren Erbmateriale durch molekulare Eingriffe verändert wird.

Hauptrohstoffe

Gemeint sind die Rohstoffe insbesondere bei den Limonaden, bei denen der weiter verarbeitete Anteil, den die Neumarkter Lammsbräu von ihren Vorlieferanten bezieht, mengenmäßig mehr als 1 Prozent ausmacht.

Intrinsisch

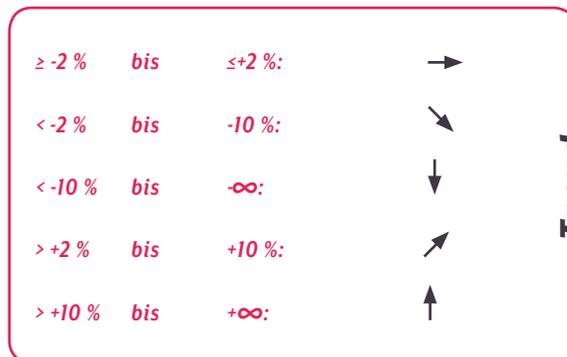
Zustände oder Vorgänge, die aus eigenem Antrieb heraus erfolgen bzw. hervorgerufen werden.

Input/Output - Bilanz (Trendberechnung) (Kapitel 6.2)

Die Daten für die betriebliche Input-Output-Bilanz wurden nach folgenden Kriterien erfasst: Auf der Input-Seite steht der Zugang (Einkauf) im jeweiligen Geschäftsjahr. Schwankungen in den Input-Größen aufgrund von Bestandsänderungen werden durch den längeren Betrachtungszeitraum von sechs Jahren (2011 bis 2016) ausgeglichen. Die Output-Seite der Bilanz sowie die daraus abgeleiteten Kennzahlen basieren

auf Ausstoß- und Produktionsdaten am Standort der Brauerei und spiegeln somit tatsächliche Verbrauchswerte wider.

Die in der letzten Spalte der Input-Output-Bilanz dargestellte Trendanalyse wird mit Hilfe der linearen Regression für sechs Jahre berechnet. Die Richtung des jeweiligen Trendpfeils ergibt sich aus dem prozentualen Verhältnis zwischen Trendgerade und Basiswert:



Da zur Berechnung sechs Jahre herangezogen werden, ist es durchaus möglich, dass trotz einer aktuellen Steigerung von beispielsweise 2016 nach 2017 der Trend neutral bleibt oder sogar abfällt.

Janitza-System

System für das Energiemanagement

Kältemittelleckagen

Bezeichnet undichte Stellen in Kälte- und Klimaanlagen, durch welche Kältemittel unkontrolliert entweichen können. Da Kältemittel ein hohes Treibhauspotential aufweisen, sind aus Umweltgesichtspunkten regelmäßige Dichtungskontrollen durchzuführen.

Kieselgur

Filtrationsmaterial, das für die Klärung des Biers vor der Abfüllung eingesetzt wird.

Klimaneutralität/CO₂-Neutralität

Klimaneutral bedeutet, dass klimawirksame Treibhausgase (umgerechnet in CO₂-Äquivalente), die beispielsweise durch ein Unternehmen emittiert werden, durch die Vermeidung in gleicher Höhe kompensiert bzw. ausgeglichen werden. An welchem Ort die Kompensation bzw. der Ausgleich stattfindet, ist dabei irrelevant. „Klimaneutral“ durch Kompensation heißt also, Emissionen von Treibhausgasen an Ort A können durch Einsparungen von CO₂e an Ort B neutralisiert bzw. kompensiert werden. Es werden Klimaschutzprojekte in anderen Ländern unterstützt und der eigene CO₂e-Ausstoß kann dadurch kompensiert werden.

Bezogen auf ein Unternehmen werden dabei alle klimawirksamen Treibhausgase ermittelt und in CO₂e umgerechnet. Dies kann sich auf das gesamte Unternehmen oder auf Teilbereiche beziehen.

Aktuell nicht inkludiert in der Berechnung der CO₂e-Neutralität sind die von Seiten des Unternehmens nur bedingt steuerbaren Emissionen aus dem betriebsexternen Scope 3 Bereich. Diese Emissionen fallen vornehmlich bei der Herstellung und dem Transport diverser Vorprodukte in Form von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen durch externe Lieferanten und Speditionen oder bei der Entsorgung von Gewerbeabfällen und Abwasser an. Stellvertretend hierfür können die Bereitstellung von Produktionsmitteln wie z.B. Reinigungs- und Desinfektionsstoffe, Kühlmittel, Gebinde und Verpackungen oder die Verwertung von Bruchglas oder Biertreber etc. genannt werden.

Ebenfalls nicht in der Klimaneutralität enthalten ist die Getränkedistribution durch Speditionen, lediglich der Vertriebsanteil des brauereii internen Fuhrparks ist fester Bestandteil unseres Neutralitätsstatus'.

Die Neumarkter Lammsbräu kann Klimaneutralität für Scope 1 und 2 vorweisen.

Kulturlandpläne

Der sogenannte „Kulturlandplan“ ist ein auf mehrere Jahre ausgelegter und auf die spezifischen Gegebenheiten angepasster Maßnahmenplan, mit dessen Hilfe die Bio-Landwirte aktiv zum Schutz von Pflanzen, Tieren und der Natur beitragen.

Kuppelprodukte

Bei Vermälzung und dem Brauprozess anfallende Nebenprodukte (Getreideabputz, Keimlinge, Treber, Sauergerut, Altheffe).

KZE

Kurzzeiterhitzung

Lammsbräu-Cockpit

Controlling-Werkzeug, für welches sich die Geschäftsführung mit externer Unterstützung zusammensetzt, um alle wesentlichen Unternehmenskennzahlen (Umsatz, Ausstoß, etc.) zu betrachten, auszuwerten und darüber zu diskutieren, welche Maßnahmen ggf. erforderlich sind.

Lieferkette

Wertschöpfungskette von der Herkunft der Rohstoffe über das Feld bis zur Endverarbeitung.

Limonadenroh- und -grundstoffe

Limonadenrohstoffe werden entlang einer Wertschöpfungskette zu Limonadengrundstoffen weiter verarbeitet. Die Grundstoffe setzt die Neumarkter Lammsbräu ein zur Herstellung ihrer Bio-Limonaden. Im vorliegenden Bericht wird das Wort verarbeitete oder weiter verarbeitete Rohstoffe verwendet, worunter in der letzten Verarbeitungsstufe die Grundstoffe fallen.

Mikrogasturbine

Sie dient u.a. der industriellen dezentralen Energieversorgung.

Nachhaltige Beschaffung:

Beim Einkauf die Einhaltung von sozialen und ökologischen Anforderungen/Standards über die gesamte Lieferkette einer Organisation. Umsetzung mittels eines Verhaltenskodex (s. CoC) sowie der Überwachung von Lieferanten.

Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP)

Ein von der Bundesregierung im Dezember 2016 beschlossener Aktionsplan zur Einhaltung von Menschenrechten in globalen Liefer- und Wertschöpfungsketten gemäß der VN-Leitprinzipien. Alle Unternehmen werden dort klar in die Verantwortung genommen, Menschenrechte zu achten.

Öko-Bilanz

Die Ökobilanz ist ein etabliertes und normiertes Verfahren, um umweltrelevante Vorgänge bei der Herstellung von Gütern und Dienstleistungen systematisch zu erfassen und zu bewerten. Bei der Erstellung von Ökobilanzen werden soweit wie möglich alle relevanten potenziellen Schadwirkungen auf die Umweltmedien Boden, Luft, Wasser berücksichtigt. In den vergangenen Jahren wurden nach dem Vorbild der

ganzheitlichen Erstellung von Ökobilanzen so genannte Fachbilanzen wie z.B. der Carbon Footprint oder Water Footprint entwickelt, welche die Analyse und Bewertung einzelner Umweltwirkungskategorien wie die Treibhausgasemissionen oder den Wasserverbrauch zum Ziel haben.

Um die ökologischen Auswirkungen der Getränkeherstellung zu reduzieren, hat die Neumarkter Lammsbräu für das Jahr 2012 durch den Corporate Carbon Footprint nicht nur die ökologisch relevanten Produktionsprozesse am Betriebsstandort, sondern auch in Zusammenarbeit mit den Zuliefer-, Abnehmer- und Entsorgungsbetrieben die vor- und nachgelagerten Produktionsprozesse erhoben und bilanziert. Dadurch konnten erstmalig die Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Prozesskette der Getränkeherstellung abgebildet werden.

Pariser Abkommen

Am 12. Dezember 2015 wurde in Paris Klima-Geschichte geschrieben: Auf der internationalen Klimakonferenz haben sich 175 Staaten zum Ziel bekannt, die globale Erwärmung auf deutlich unter 2 Grad, wenn möglich auf 1,5 Grad zu begrenzen. Dazu wollen die Staaten in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts treibhausgasneutral werden.

PDCA-Zyklus

Methode zur kontinuierlichen Verbesserung von Unternehmensprozessen (Plan=Planen), (Do=Umsetzen), (Check=Überprüfen), (Act=Handeln).

PoS

Point of Sale, Verkaufsort

PSA

Persönliche Schutzausrüstung zur Abwehr von Gefahren sowie zum Schutz der Gesundheit der Beschäftigten.

PWÜ

Plattenwärmeübertrager

Rebio

Regionale Bioland-Erzeugergemeinschaft, bestehend aus 160 Landwirten im Südwesten Baden-Württembergs.

Renaturierungsmaßnahmen

Wiederherstellung von natürlichen Lebensräumen, die durch die menschliche Nutzung beeinträchtigt wurden.

Rezyklate

Produkte eines Recyclingprozesses.

RISE

Response-Inducing Sustainability Evaluation, eine Computer-basierte Methode zur Bewertung sozialer, ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit von Landwirtschaftsbetrieben.

Scope

Für die Bilanzierung eines „Corporate Carbon Footprints“ nach den international standardisierten Regeln des „Greenhouse Gas Protocols“ ist es erforderlich, eine genaue Systemgrenze der zu analysierenden Unternehmensprozesse zu definieren. Diese Systemgrenzen werden als sog. „Scopes“ bezeichnet und werden wie folgt unterteilt: In Scope 1 werden die produktionsbezogenen THG-Emissionen erfasst, die direkt im Unternehmen anfallen. In Scope 2 werden alle indirekten THG-Emissionen, die für die Energiebereitstellung anfallen, aufgeführt. Scope 3 beinhaltet alle übrigen THG-Emissionen, die mit der Unternehmenstätigkeit in Zusammenhang stehen und sowohl vor- als auch

nachgelagerte Bereiche des Unternehmens betreffen, wie z.B. Transportemissionen im Zuge der Anlieferung von benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen.

SDGs

Sustainable Development Goals, 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, die auf der Rio-Konferenz 2012 von den UN-Mitgliedsstaaten beschlossen wurden und 2016 in Kraft getreten sind mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030). Die SDGs wurden in Anlehnung an die Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs) entworfen und gelten im Unterschied zu diesen für alle Staaten und nicht primär für Entwicklungsländer. Eine Übersicht aller SDGs befindet sich in Kap. 3.1.

SETAC

Society of Environmental Toxicology and Chemistry. Meint eine global agierende gemeinnützige Organisation, die sich für die Forschung, Lehre und Ausbildung auf den Gebieten der Ökotoxikologie und Umweltchemie einsetzt.

SHSA

Sustainability Hot Spot Analyse = Analyse von Hot Spots entlang der Lieferkette zur Überprüfung der Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards. Durchführung der Neumarkter Lammsbräu:

1) Definieren, welche Kriterien bei den Lieferketten wichtig sind. Insgesamt wurden 23 Kriterien festgelegt, von Verbot der ausbeuterischen Kinderarbeit bis hin zur Korruptionsbekämpfung. Angelehnt sind diese Kriterien an internationale Standards wie z.B. GRI & ISO 26000 sowie UNEP- SETAC.

2) Daten zu den einzelnen Kriterien erheben und zwar pro Lieferkette, sprich, pro betrachtetem Rohstoff. Diese Daten stammen von den Lieferanten. Als „Nebeneffekt“ dient

diese Datenerhebung dazu, „supply chain mapping“ zu betreiben, sprich, die Lieferkette in allen Schritten transparent abzubilden, von der Frucht bis zum verarbeiteten Rohstoff (Konzentrat, Saft oder Grundstoff).

3) Die erhobenen Daten werden mit bestehender Literatur und weiteren Studien verglichen und ergänzt. Somit entsteht ein differenziertes und umfassendes Bild pro Kriterium. Daraus werden dann Schwachstellen (Hot Spots) abgeleitet. Werden bei Lieferanten viele Hot Spots aufgedeckt, wird mit dem Lieferanten in Kontakt getreten und versucht, gemeinsam an einer Lösung zu arbeiten. Insgesamt haben sich in den bereits analysierten Lieferketten keine kritischen Hot Spots ergeben.

Stakeholder

Meint unternehmensinterne wie -externe Anspruchs- und Interessensgruppen, die von den Geschäftstätigkeiten indirekt oder direkt betroffen sind und/oder Ansprüche an das Unternehmen haben. Es ist daher wichtig, sich mit seinen Stakeholdern aktiv auseinanderzusetzen, um Bedürfnisse und Erwartungen zu kennen und daraus ggf. Maßnahmen abzuleiten.

TCO

Total Cost of Ownership: Abrechnungsverfahren zur Analyse der Gesamtbetriebskosten bei der Anschaffung von Investitionsgütern. Es erleichtert die Entscheidung für oder gegen eine Neuanschaffung durch die Berücksichtigung aller Kosten-Aspekte (Energie, Reparaturkosten, Auswahl, Entsorgung, etc.).

Telematiksysteme

Bezeichnet häufig eingesetzte technische Geräte in Transport- und Logistikfahrzeugen, um Positionsdaten zu ermitteln.

THG-Emissionen (Treibhausgasemissionen)

Treibhausgasemissionen, d.h. Ausstoß von Treibhausgasen, die in der Atmosphäre selektiv die Wärmestrahlung absorbieren, die von der Erdoberfläche in den Weltraum abgestrahlt wird. Das Wichtigste von Menschen verursachte Treibhausgas ist Kohlendioxid (CO₂). Neben CO₂ tragen weitere Treibhausgase wie Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Fluorkohlenwasserstoffe (FCKW) oder Schwefelhexafluorid (SF₆) in unterschiedlichem Maß zum Treibhauseffekt bei und sind durch die Einheit CO₂e erfasst.

Treber

Bezeichnet ausgelaugte Pressrückstände des Malzes bei der Bierherstellung.

TREMOD

Transport Emission Model: Experten-Modell zur Berechnung von Luftschadstoffen und Klimagasemissionen aus dem motorisierten Verkehr in Deutschland.

Tunnelpasteur

Dient der thermischen Behälterbehandlung als wesentlicher Arbeitsschritt im Abfüllprozess von Getränken, um Kondensation zu vermeiden und gleichzeitig Energie und Wasser einzusparen.

Tutorensystem

Meint die Unterstützung der neuen Auszubildenden in der Eingewöhnung. So haben die Berufseinsteiger in ihrem ersten Lehrjahr feste Ansprechpartner, die noch vor Kurzem vor genau den gleichen Herausforderungen standen wie sie. Mit dieser Vertrauensperson werden Probleme, aber auch positive Erfahrungen geteilt – so gelingt eine schnelle Eingewöhnung in die Lammsbräu-Familie.

Umweltzeichen „Blauer Engel“

Meint das Umweltzeichen der Bundesregierung zum Schutz von Mensch und Umwelt. Es ist anspruchsvoll, unabhängig und gilt als Kompass für umweltfreundliche Produkte.

UNEP

United Nations Environment Programme = Umweltprogramm der Vereinten Nationen

Vorlieferant/direkte Vorstufe

Meint den direkten Lieferanten, von dem die verarbeiteten Rohstoffe bezogen werden, wie bspw. Grundstoffe für die Limonadenproduktion.

Wertschöpfungskette

Umfasst den gesamten Lebenszyklus eines Produktes und reicht vom Anbau bis hin zur Entsorgung. Zwischengelagert sind die Aktivitäten Verarbeitung, Handel sowie Nutzen des Produktes.

Wesentlichkeitsanalyse und -matrix

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein Analysewerkzeug, um die für ein Unternehmen und seine Stakeholder wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln.

Die Wesentlichkeitsmatrix hilft dabei, alle wesentlichen Aspekte nach ihrer Gewichtung zu ordnen und auf zwei Achsen abzubilden (→siehe Kap. 1.3.2).

2.

Verwendete Umrechnungsfaktoren und Berechnungsgrundlagen

Quelle Kraftstoffe Umrechnungsfaktoren

(siehe Kap. 6.3.3 – Energie):

<https://www.bdbe.de/daten/umrechnung-und-formeln> (Zugriff am 3.4.2018)

<https://www.unitjuggler.com/energy-umwandeln-von-kWh-nach-MJ.html> (Zugriff am 3.4.2018)

<https://www.gas24.de/cms/25-0-preisbildung.html> (Zugriff am 4.4.2018)

Wasser

Umrechnungsfaktor Wasser: 1 m³ Wasser = 1 Tonne

Rohstoffe

Umrechnungsfaktor Rohstoffe:

1 Tonne = 10 Dezentonnen (dt)

Hektoliter (hl)

1 Hektoliter = 100 Liter

Hektoliter Verkaufsgetränk (hl VG)

Das Produktportfolio der Neumarkter Lammsbräu erstreckt sich über eine Vielzahl von Getränkesparten (Bio-Biergetränke, Bio-Mineralwasser und Bio-Erfrischungsgetränke). Auf einen hl gemittelt wird in der Summe von sog. Verkaufsgetränken gesprochen. Für die Berechnung von ökologischen Kennwerten eines hl Verkaufsgetränk werden produktspezifische Durchschnittswerte herangezogen. Denn für die Herstellung von Biergetränken und alkoholfreien Getränken kommen unterschiedliche Energie- und Rohstoffarten/-mengen zum Einsatz. So wird die verkaufte Menge an

Bier im jeweiligen Bezugsjahr aufgrund des aufwändigen und energie- und wasserintensiven Prozesses mit dem Faktor 1 kalkuliert. Die alkoholfreien Getränke, sprich alle Bio-Erfrischungsgetränke und unser Bio-Mineralwasser, benötigen bei der Herstellung deutlich weniger Wasser und Energie. Daher wird auf der Grundlage von Erfahrungswerten in der Braubranche in Relation zum Bier für die alkoholfreien Getränke für die Wasser- und Stromverbräuche der Faktor 0,4 und für den Wärmeverbrauch der Faktor 0,3 für die Hektoliter-Menge an Verkaufsgetränken angesetzt. Auf einen daraus berechneten Durchschnittswert als Basisgröße (hl VG) wird bei allen Kennzahlenberechnungen Bezug genommen.

Scope 1 (direkte CO₂e ohne Vorkette)

Berechnung der CO₂-Äquivalente aus Feuerungsanlagen

Erdgas: 2.010 g CO₂e pro Kubikmeter; Leichtes Heizöl: 2.670 g CO₂e pro Liter

(Quellen: Dr. Hensler G., Dr. Hochhuber J., Linckh, V.: Leitfaden für effiziente Energienutzung in Industrie und Gewerbe, Augsburg, Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU), 2009. & Landesamt für Umwelt (LfU) (2010): Exceltool zur Berechnung der CO₂-Emissionen (Kostenfreier Download-Link: http://www.izu.bayern.de/download/xls/berechnung_co2_emissionen.xls).

Berechnung der CO₂-Äquivalente aus Fuhrpark:

Treibstoff Diesel: 2.490 g CO₂e pro Liter; Treibstoff Benzin (E5): 2.300 g CO₂e pro Liter; Treibstoff Pflanzenöl: 0 g CO₂e pro Liter, Treibstoff AdBlue: 238 g CO₂e pro Liter

(Quellen: Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage, URL: [http://dslv.org/dslv/web.nsf/gfx/8F102DF8C3E4A2F141257BB700779CB/\\$file/DSLVL-Leitfaden%20Berechnung%20von%20THG-Emissionen%20Stand%2003-2013.pdf](http://dslv.org/dslv/web.nsf/gfx/8F102DF8C3E4A2F141257BB700779CB/$file/DSLVL-Leitfaden%20Berechnung%20von%20THG-Emissionen%20Stand%2003-2013.pdf), Zugriff am 8.10.2012, S. 37. & Verkehrsrundschau: So ermitteln Sie den CO₂-Fußabdruck, Auflage 51-52, 2010, S. 37.)

Scope 2 (indirekte CO₂e mit Vorkette)

Berechnung des Stroms

Faktor Energiemix: 2008: 261 g CO₂e/kWh, 2009: 383 g CO₂e/kWh, 2010: 342 g CO₂e/kWh; Energiemix seit 2011 (Ökostrom): 16 g CO₂e pro Kilowattstunde. Die Emissionen in Höhe von 16 g CO₂e/kWh entstehen durch die Inanspruchnahme der Wasserkraft aus vorwiegend schweizerischen Speicherkraftwerken, die aufgrund der kontinuierlichen Faulschlammgenese und -zersetzung im Gegensatz zu Laufwasserkraftwerken einen geringfügig höheren THG-Ausstoß aufweisen. Zudem berücksichtigen die Emissionswerte aktuelle Ergebnisse aus der ökobilanziellen Analyse der schweizerischen Wasserkraft von 2012, die neben Prozessemissionen auch Emissionen der Vorkette beinhalten.

(Quelle: Natur Energie AG, GEMIS Version 4.81 und Flury, K. et al. (2012): Erkenntnisse aktueller Ökobilanzen zu Strom aus Wasserkraft. In: Technologie Wasserkraft. Bulletin 2/2012. S. 33 - 36.)

Scope 3 (übrige CO₂e mit Vorkette)

Berechnung der CO₂-Äquivalente aus ökologischem Landbau

Gerste: 662 kg CO₂e pro Hektar; Weizen: 538 kg CO₂e pro Hektar; zzgl. der Transportemissionen seit 2012.

(Quellen: Hülsbergen, K.-J.; Engelmann, K. (2010): Ökologisch nachhaltiges Betriebsmanagement mit dem Modell REPRO. Forschungsbericht. Weihenstephan, 2010. S.46.

Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage.)

Beim Dinkel wurde die Annahme getroffen, dass in etwa so viele CO₂e entstehen, wie beim Anbau der Gerste: 662 kg CO₂e pro Hektar. Hier gibt es noch keine aktuellen verlässlichen und empirisch belegbaren Daten. Die Gleichsetzung der Emissionsannahme mit der Gerste begründet sich zudem durch die ähnliche Bodenbewirtschaftung sowie einen ähnlichen Ernteertrag pro ha in Höhe von ca. 3 t.

Hopfen: 918 kg CO₂e pro Hektar zzgl. der Transportemissionen seit 2012.

(Quellen: Hülsbergen K.-J., Küstermann B.: Optimierung der Kohlenstoffkreisläufe in Öko-Betrieben. Ökologie & Landbau 145, 20 – 22, Bad Dürkheim, Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL), 2008.

Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03 / 2013), 2. aktualisierte Auflage.)

Die Bilanzierung der verarbeiteten Limonadenrohstoffe erfolgt seit 2012 anhand von Emissionskennwerten aus einer Kombination verschiedener Ökobilanzierungsdatenbanken (z.B. Gemis 4.81 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes und Ecoinvent Version 2.2 – 3.3), wissenschaftlicher Studien (z.B. ausgewiesener Product Carbon Footprint wie etwa für Zuckerrüben) sowie unternehmensinterner Befragungen. Aufgrund der Vielzahl der bezogenen verarbeiteten Limonadenrohstoffe sei an dieser Stelle exemplarisch auf das Beispiel biologischer Apfelsaft und ökologischer Rübenzucker / Bio-Invertzuckersirup verwiesen:

Carbon-Footprint (PCF) für ökologischen Apfelsaft: 225 g CO₂e/kg

(Quelle: Brennan G. J., Grandison S. A.: Food Processing Handbook, 2. Auflage, Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, 2011.)

Carbon-Footprint (PCF) für Rübenzuckerproduktion in Deutschland: 544 g CO₂e/kg

(Quelle: Klenk I., Landguist B., Ruiz de Imaña O.: The Product Carbon Footprint of EU beet sugar (03-04/2012), S. 3.)

Die Vorgehensweise zur Bilanzierung der verarbeiteten Limonadenrohstoffe erfolgt seit dem Jahr 2012 analog zu den Braurohstoffen zzgl. Transportkilometern ge-

mäß DIN EN 16258 auf der Basis von Tonnenkilometern. Dies erfolgt auf der Grundlage des verbrauchten Treibstoffs entlang der gefahrenen Transportstrecke in Abhängigkeit vom Transportfahrzeug, vom transportierten Gewicht und der Art des Transportgutes, z.B. 0,02 Liter Dieselmotorkraftstoffe pro Tonnenkilometer Invertzuckersirup mittels Last-/Sattelzug-Lkw (24-40 t).

(Quelle: Schmied M., Knörr W.: Berechnung von Treibhausgasemissionen in Speditionen und Logistik gemäß DIN EN 16258 (03/2013), 2. aktualisierte Auflage.)

Luftschadstoffe

Für die Berechnung der Luftschadstoffemissionen wird grundsätzlich die GEMIS Datenbank verwendet (Gemis 4.81 - 4.95: ProBas des Umweltbundesamtes – Gas-HW-klein-DE-2010). Seit 2012 wird fortlaufend zur Berechnung der Luftschadstoffemissionsfaktoren aus den Feuerungsanlagen die aktuelle GEMIS Version (derzeit 4.95) verwendet.

Ab 2012 wird folgende Datenbasis zugrunde gelegt.

(Quelle: Umweltbundesamt (2018): Emissionsberechnungsmodell TREMOD 5.72 für Lkw und Pkw (10/2017) sowie TREMOD 4.3 für Stapler (2017)).

Bei den Emissionsberechnungen für die im Betrieb und im Fuhrpark eingesetzten fossilen und nicht-fossilen Brennstoffe (Erdgas, Heizöl, Diesel, Benzin, AdBlue) sowie für die für die Bierherstellung benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind förder- und transportbedingte Emissionen (z. B. Herstellung und Bereitstellung von Brennstoffen, Transport von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zur Brauerei) weitgehend über verschiedene Ökobilanzierungsdatenbanken (z.B. Gemis 4.81-4.95: ProBas des Umweltbundesamtes und Ecoinvent Version 2.2-3.3), wissenschaftliche Studien (wie

etwa ausgewiesene Product Carbon Footprints für entsprechende Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe) sowie unternehmensinterne Befragungen berücksichtigt.

3.

Tabelle

Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2012-2017

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit	Entsorgungsart**
Verwertbare Abfälle									
Altetiketten***	150101	66,0	21,1			68,1	84,9	t	Verwertung
Altglas	150107	121,5	364,2	117,0	124,7	193,5	218,8	t	Verwertung
Altkästen	150102	11,7	11,0	50,5	14,0	58,8	21,9	t	Verwertung
Altmetall, Elektro(nik)-Altgeräte/Elektroschrott	160216, 170401, 170405, 170407, 170402, 191202	5,4	4,2	14,1	21,6	30,5/17,2*	29,4	t	Verwertung
Altholz	150103	22,6	32,3	47,5	18,0	14,3	6,1	t	Verwertung
Altpapier und Aktenvernichtung	200101	27,2	28,6	20,4	22,2	23,2	26,0	t	Verwertung
Aluminium (Schraubverschlüsse)	150104	1,2	1,9	4,2	3,0	7,6	3,8	t	Verwertung
Bauschutt, Bau- und Abbruchabfälle	170101, 170102, 170103, 170107, 170904, 170302, 170802	15,1	24,5	28,0	1.169,8*	16,8	7,8/258,1*	t	Verwertung
Bodenaushubmaterial	170504	330,0*	0,0	0,0	1.107,8*	992,7*	0,0	t	Verwertung
Bitumengemische, Asphalt	170302	7,0	3,0	0,0	89,3*	36,9*	0,0	t	Verwertung
Brunnenkies	010408	k.A.	k.A.	0,7	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Kühlschränke/Getränkeautomaten	200136	38 St	21 St	1,1	0,7	0,0	0,54	t	Verwertung
Kunststofffolien/Kunststoff/Gelber Sack	150102	4,6	5,3	6,3	6,7	11,1	7,5	t	Verwertung
Straßenkehrriech	200303	k. A.	3,5	0,0	0,0	0,0	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170604	k. A.	k. A.	k. A.	0,0	0,0	0,0/0,6*	t	Verwertung
Styropor	150102	22,5	15	10	7,5	5	12,5	m ³	Verwertung
Gesamt Abfälle zur Verwertung		330,0*/ 282,3	499,6	289,9	2.366,9*/ 210,9	1.046,8*/ 434,8	258,7*/ 418,7	t	

Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2012-2017

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit	Entsorgungsart
Verwertbare Abfälle									
Kieselgur/Filterhilfsmittel***	020203	82,7	65,1	77,7	76,5	93,8	94,3	t	Kompostierung
davon Mälzereistaub (Entsorgung mit Kieselgur)	020203	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	t	Kompostierung
Bioabfall	200201	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	0,5	0,6	t	Kompostierung
Gesamt Abfälle zur Kompostierung		82,7	65,1	77,7	76,5	94,3	94,9	t	
Altlauge (Spüllauge)	110107	4,5	2,0	4,0	0,0	4,4	0,0	t	Verwertung
Altöl	130205	0,4	0,3	0,4	0,6	0,6	0,0	t	Verwertung
Aufsaug- und Filtermaterialien/Schmierstoffe/ Frostschutzmittel	150202, 120112	0,2	0,2	0,3	0,14	0,15	0,07	t	Verwertung
Kältemaschinenöl	130204	4,5	1,5	1,0	5,5	0	25	kg	Verwertung
Kältemittel	140601	33	8	8,9	70,5	9	9,3	kg	Verwertung
Kohlenteerhaltige Bitumengemische	170301	0,0	0,0	0,0	0,0	56,1*	0,0	t	Behandlung
Kohlenteer und teerhaltige Produkte	170303	k. A.	k. A.	k. A.	2,4*	0,9*	0,0	t	Verwertung
Asbesthaltige Abfälle	170605	k. A.	k. A.	k. A.	22,4*	0	0,0	t	Verwertung
Altholz/Alle Gebäude	170204	k. A.	k. A.	k. A.	39,1*	0	0,0	t	Verwertung
Dämmmaterial	170603	k. A.	k. A.	k. A.	0,4/ 3,6*	12,8*	0,0/ 8,3*	t	Verwertung
Kühlschränke/Getränkeautomaten/Kühlaggregate	160211, 200123	k. A.	0,02	0,1	0,0	1,36	1,02	t	Verwertung
Labor- und Altchemikalien	070704, 160506	16	18	0,0	0,0	5,8	0,0	kg	Verwertung
Leuchtstoffröhren	200121	0,02	0,02	0,02	0,01	0,0	0,0	t	Verwertung
Ölfilter/Ölabscheiderinhalte/Pflanzenöl/Motoren und Getriebealtöl/ Andere Brennstoffe	160107, 150110, 130501, 130502, 130702, 130703, 080111	3,1	0,0	0,1	0,1	0,7/3,4*	2,0	t	Verwertung
Reinigungsemulsionen	130802	0,3	0,2	0,6	1,0	1,3	1,2	t	Verwertung
Gesamt gefährliche Abfälle		8,6	2,8	5,5	67,4*/ 2,3	73,2*/ 8,6	8,3*/4,2	t	

Abfallbilanz der Neumarkter Lammsbräu für den Zeitraum 2012-2017

Abfallart	Abfallschlüssel nach AVV	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Einheit	Entsorgungsart
Verwertbare Abfälle									
Altetiketten***	200101		18,3	44,0	48,8			t	Thermische Verwertung
Restmüll***	200301	28,3	33,3	54,9	64,1	48,2	40,6	t	Thermische Verwertung
Restmüll gesamt***	200301	28,3	51,6	98,9	112,9	48,2	40,6	t	
Altreifen gesamt	160103	0,4	1,6	0,85	0,54	1,21	0,7	t	
Abfallgesamtmenge		330,0*/ 401,9	620,6	472,9	2.434,3*/ 403,1	1.120*/ 587,1	267*/ 559,2	t	

* Einmalig angefallene Abfälle bei Bau- und Abbrucharbeiten im Zuge der baulichen Entwicklung der Brauerei.

** Informationen vom Entsorgungsunternehmen bereitgestellt (letzte Abfrage 2014)

*** durch die Umstellung der Abfallentsorgung von regelmäßig anfallenden Abfällen in die Hände des regionalen Unternehmens der Firma Edenharter, wurden diese Abfallfraktionen von 2013-2015 neu berechnet. Zu Etiketten/ Gewerbeabfall (Restmüll): Hochrechnung der Menge an Etiketten anhand der abgefüllten Flaschen statt genaue Mengenerfassung (vorher), da von Mitte 2013 bis Ende 2015 die Etiketten gemeinsam mit Restmüll gesammelt und thermisch verwertet wurden. Zu Kieselgur: genaue Tonnenangaben durch Abwiegen statt reiner Kalkulation (vorher). Eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren (2012) ist dadurch nicht möglich. Seit dem Jahr 2016 werden die Etiketten wieder separat gesammelt sowie erfasst und einer stofflichen Verwertung zugeführt. Damit sind im Bereich der Altetiketten die wechselnden Positionen und AVV Nummern zu erklären.

k. A.: keine Angabe

4.

GRI-Content Index

Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 der Neumarkter Lammsbräu wurde in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ der G4-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Dabei wurde auf eine externe Prüfung verzichtet.

Im folgenden GRI-Content Index werden zu allen wesentlichen Aspekten die entsprechenden Managementansätze und GRI G4-Indikatoren übersichtlich dargestellt und gemäß ihrer Nennung im Bericht mit Seitenangaben gekennzeichnet.

Allgemeine Standardangaben

Strategie und Analyse

G4-1

Organisationsprofil

G4-3

G4-4

G4-5

G4-6

G4-7

G4-8

G4-9

G4-10

G4-11

G4-12

G4-13

G4-14

G4-15

G4-16

Ermittelte Wesentliche Aspekte und Grenzen

G4-17

G4-18

G4-19

G4-20

Titel

Seite

Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers

2

Name des Unternehmens

6

Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen

7, 26-30

Hauptsitz des Unternehmens

6

Länder mit Geschäftstätigkeitschwerpunkt

6

Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

6

Absatzmärkte

7

Unternehmensgröße

6-7, 56

Belegschaft nach Art der Beschäftigung und Geschlecht

56

Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen

57

Lieferkette der Organisation

68, 75, 77

Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum

7

Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips

14

Unterstützung externer Prinzipien und Initiativen

53

Mitgliedschaften in Verbänden

53

Unternehmen im konsolidierten Jahresabschluss

6

Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte

21

Ermittelte wesentliche Aspekte

22-23

Abgrenzung der Wesentlichkeitsaspekte innerhalb der Organisation

23

Allgemeine Standardangaben

	Titel	Seite
Ermittelte Wesentliche Aspekte und Grenzen		
G4-21	Abgrenzung der Wesentlichkeitsaspekte außerhalb der Organisation	23
G4-22	Veränderungen im Vergleich zu früherem Bericht	2
G4-23	Veränderungen des Berichtsumfangs und der Grenzen	2
Einbindung von Stakeholdern		
G4-24	Einbezogene Stakeholder-Gruppen	21
G4-25	Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	20
G4-26	Ansätze zur Einbindung der Stakeholder	21
G4-27	Zentrale Anliegen der einbezogenen Stakeholder	49
Berichtsprofil		
G4-28	Berichtszeitraum	2
G4-29	Datum des letzten Berichts	2
G4-30	Berichtszyklus	2
G4-31	Kontaktstelle für Fragen zum Bericht	128
G4-32	GRI-Index	124-127
G4-33	Externe Prüfung	124
Unternehmensführung		
G4-34	Führungsstruktur	17-18
Ethik und Integrität		
G4-56	Werte, Grundsätze, Verhaltensstandards	10-12, 17, 72

Spezifische Standardangaben

Wesentliche Aspekte

mit DMA-Ansatz und Indikator

	Titel	Seite	Auslassung
Kategorie: Wirtschaftlich			
Aspekt: Wirtschaftliche Leistung			
G4-DMA	Managementansatz	9, 13, 14-16	-
G4-EC1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	13	-
Aspekt: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen			
G4-DMA	Managementansatz	76, 78	-
G4-EC8	Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	32, 65, 70	-
Aspekt: Beschaffung			
G4-DMA	Managementansatz	51-52, 68-71	-
G4-EC9	Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	52	-
Kategorie: Ökologisch			
Aspekt: Materialien			
G4-DMA	Managementansatz	16, 82, 88-90	-
G4-EN1	Eingesetzte Materialien	84-85, 89	-
Aspekt: Energie			
G4-DMA	Managementansatz	82, 93-96	-
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	93-94, 119-120	-
G4-EN5	Energieintensität	93, 119-120	-
Aspekt: Wasser			
G4-DMA	Managementansatz	34-37, 43-44, 82, 91-92	-
G4-EN8	Gesamtwasserentnahme	92	-
Aspekt: Biodiversität			
G4-DMA	Managementansatz	11, 31, 35-37, 45, 49-50, 70-71, 73, 102	-
-	-	-	49, 102
Aspekt: Emissionen			
G4-DMA	Managementansatz	31, 46-48, 82, 97-101	-
G4-EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	84, 98	-
G4-EN16	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	98	-
G4-EN17	Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	98	-
G4-EN18	Intensität der THG-Emissionen	101	-

Wesentliche Aspekte mit DMA-Ansatz und Indikator

Kategorie: Ökologisch

Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Auswirkungen

	Titel	Seite	Auslassung
G4-DMA	Managementansatz	31-33, 70, 72-79	-
G4-EN32	Anteil überprüfter neuer Lieferanten	73	-
G4-EN33	Ökologische Auswirkungen in der Lieferkette	73, 74	-

Kategorie: Gesellschaftlich

Unterkategorie: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

Aspekt: Beschäftigung

G4-DMA	Managementansatz	56-57, 59-64	-
NLI	Mitarbeiter-Zufriedenheit	58, 61	59

Aspekt: Aus- und Weiterbildung

G4-DMA	Managementansatz	56-58, 63-64	-
G4-LA10	Weiterbildung und lebenslanges Lernen	63	-
G4-LA11	Anteil Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung	58	-

Unterkategorie: Gesellschaft

Aspekt: Lokale Gemeinschaften

G4-DMA	Managementansatz	17, 26, 36-39, 51	-
G4-SO1	Einbindung lokaler Gemeinschaften	22, 51	-

Unterkategorie: Produktverantwortung

Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit

G4-DMA	Managementansatz	31, 33-37, 76-77	-
G4-PR1	Gesundheits- und Sicherheitskontrollen	31	-

Sagen Sie uns Ihre Meinung!

Eine kurze Rückmeldung Ihrerseits hilft uns einzuschätzen, ob es uns erfolgreich gelungen ist, über unsere wesentlichen Themen angemessen zu berichten.

Für Ihr Feedback benötigen Sie nur wenige Minuten.

Es handelt sich um eine anonymisierte Umfrage. Es werden keine personenbezogenen Daten erhoben. Sämtliche Daten werden absolut vertraulich behandelt.

Zur Online-Umfrage:

www.lammsbraeu.de/ueber-uns/nachhaltigkeitsbericht

Neumarkter Lammsbräu

Gebr. Ehrnsperger KG
Amberger Straße 1 | 92318 Neumarkt i. d. Oberpfalz
+49 9181 404 0
info@lammsbraeu.de

www.lammsbraeu.de
www.lammsbraeu-biobier.de
www.drinknow.de
www.biokristall.de
www.bio-mineralwasser.de

© 2018

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Neumarkter Lammsbräu.

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

Ansprechpartnerin

Silvia Wittl
Nachhaltigkeitsmanagement
+49 9181 404 71
s.wittl@lammsbraeu.de

Inhaltliche Bearbeitung

Silvia Wittl, Anna-Lena Kühn
Neumarkt, im Juni 2018

Textliche Bearbeitung

Engel & Zimmermann AG
Unternehmensberatung für Kommunikation
Schloss Fußberg | Am Schlosspark 15 |
82131 Gauting bei München

Gestaltung

IDENHAUS GmbH MARKEN.WERT.STIL
Mühlgasse 17 | 90403 Nürnberg



WK9

Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet

www.blauer-engel.de/uz195



Registrierungsurkunde



Neumarkter Lammsbräu

Gebr. Ehrnsperger KG

Amberger Straße 1

92318 Neumarkt i. d. OPf.

Register-Nr. DE-166-00005

Die Ersteintragung erfolgte am

13. Februar 1996

Diese Urkunde ist gültig bis zum

11. Juni 2019

Diese Organisation wendet zur kontinuierlichen Verbesserung der Umweltleistung ein Umweltmanagementsystem nach der EG-Verordnung 1221/2009 und EN ISO 14001:2004 Abschnitt 4 an, veröffentlicht regelmäßig eine Umwelterklärung, lässt das Umweltmanagementsystem und die Umwelterklärung von einem zugelassenen, unabhängigen Umweltgutachter begutachten, ist eingetragen im EMAS-Register und deshalb berechtigt das EMAS-Logo zu verwenden.



Regensburg, 13. Juni 2016

Dr. Jürgen Helmes
Hauptgeschäftsführer



Erklärung des Umweltgutachters

zu den

Begutachtungs- und Validierungstätigkeiten
nach Anhang VII der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009
sowie nach Änderungs-VO 2017/1505

Der Unterzeichnende, Dr. Reiner Beer EMAS-Umweltgutachter mit der Registrierungsnummer DE-V-0007, akkreditiert oder zugelassen für den Bereich 11 (NACE-Code Rev. 2), bestätigt, begutachtet zu haben, ob die gesamte Organisation/ wie in der Umwelterklärung der Organisation

Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG

Amberger Straße 1, 92318 Neumarkt

(mit der Reg.-Nr. DE-DE-166-00005)

angegeben, alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25.11.2009 und Änderungs-VO 2017/1505 vom 28.08.2017 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS) erfüllt.

Mit der Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass

- die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 und Änderungs-VO 2017/1505 durchgeführt wurden,
- das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen,
- die Daten und Angaben der aktualisierten Umwelterklärung der Organisation / des Standortes ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation/ des Standortes innerhalb des in der Umwelterklärung angegebenen Bereichs geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Nürnberg, 6.7.2018

Dr.-Ing. Reiner Beer
Umweltgutachter

100% Recyclingpapier